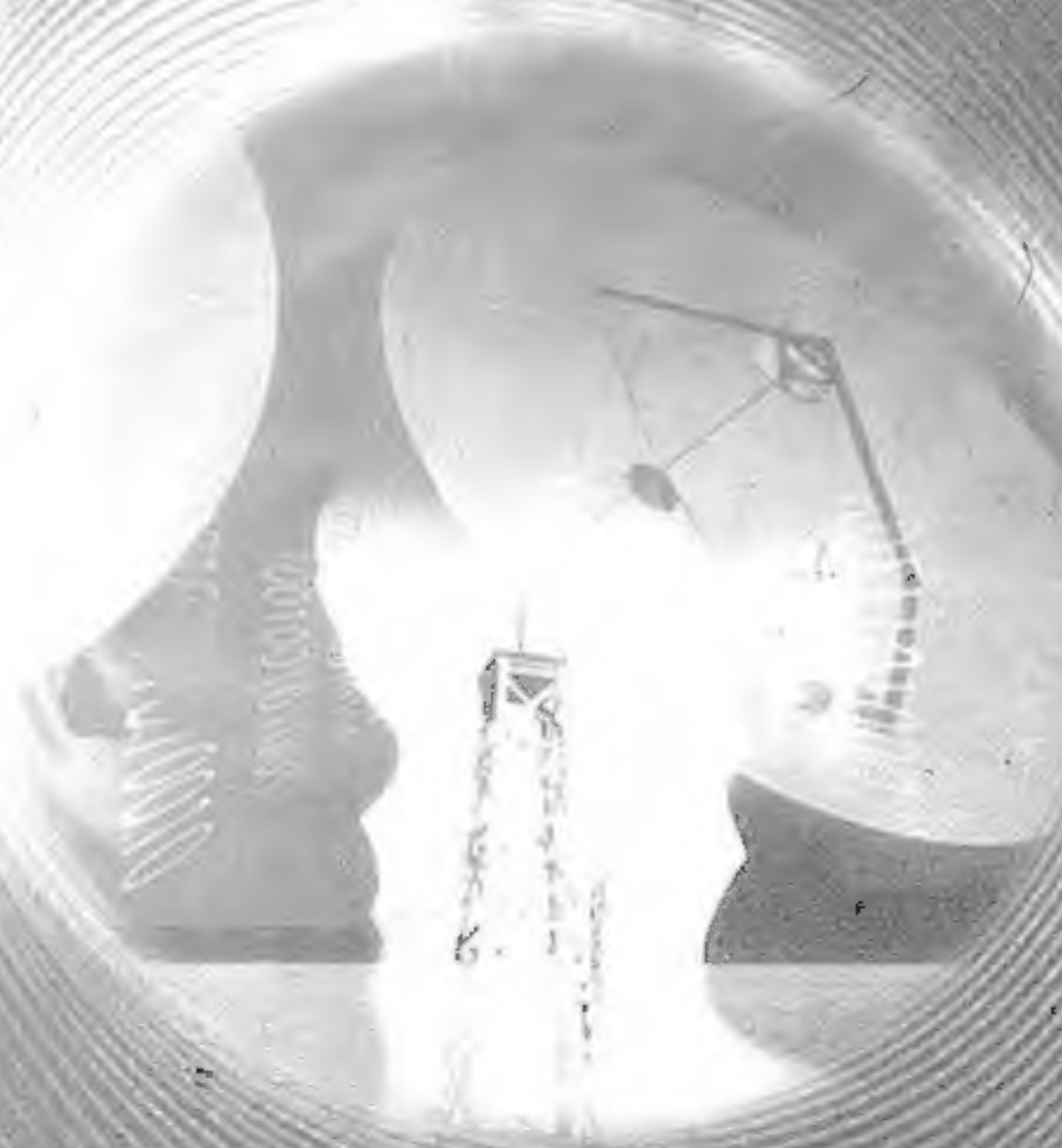


دكتورة شاهيناز طلعت

# وسائل الإعلام

والتنمية الاجتماعية



مكتبة الأنجلو المصرية



وسائل الاعلام

والتمية الاجتماعية



# وسائل الاعلام

## والتنمية الاجتماعية

دراسات نظرية مقارنة وميدانية  
في المجتمع الريفي

دكتورة

شاهيناز محمد طلعت

كلية الاعلام - جامعة القاهرة

الناشر

مكتبة الانجلو المصرية

١٦٥ شارع محمد فريد - القاهرة

اسم الكتاب: وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

اسم المؤلف: د/ شاهيناز محمد طلعت

اسم الناشر: مكتبة التجار المصرية

اسم الطابع: مطبعة محمد عبد الكريم حسان

سنة الطبع: 2003

رقم الايداع: 2941

التدوين الدولي: 3:1342-05-977-I-S-B-N

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

« لَا يَكُفُّ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وَنَعَمَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا  
لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى  
الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْقُوبْنَا وَاعْزِرْ لَنَا  
وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ».

صدق الله العظيم





## إهداء

الى امرتى التى غمرتني بمعطفها وحنانها  
امى واولادى وزوجى  
الى عائلتى التى شملتني بامنّها وخيراتها  
التي أنعم عليها بها الله عز وجل

## مختصر

الى كل من يطلب ويسعى الى المعرفة  
اهلنى هذه الطبعة الجديدة حسى أن يجعل الله فيها  
فائدة العظم ومنفعة للدارس فيه.

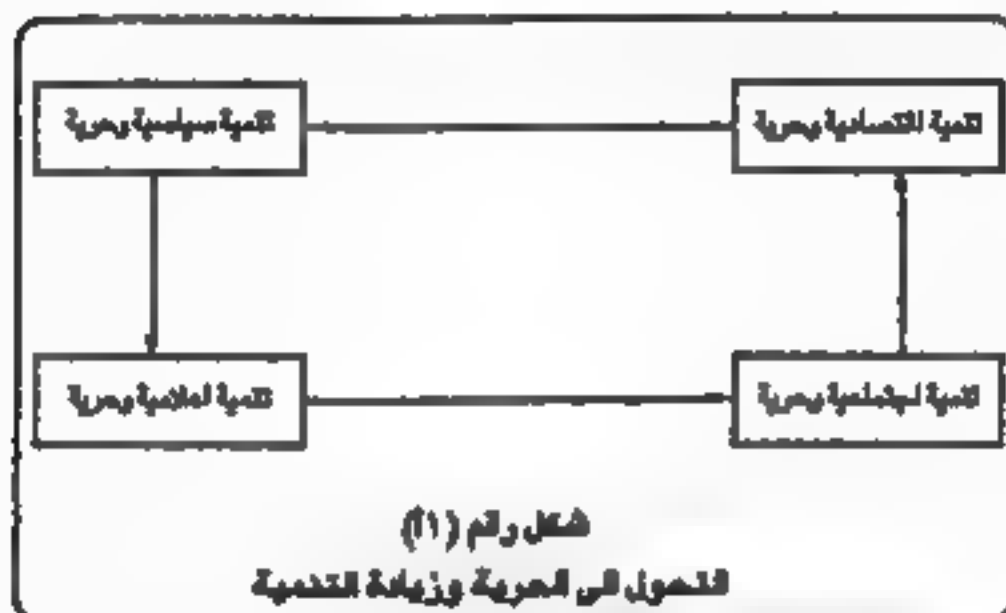


## مقدمة

### الطبعة الثالثة

شهدت السنوات الأخيرة تطورات بل الفزات عالية ، الاقتصادية وسياسية  
واعلامية واجتماعية خطيرة غير متوقعة أو مسبوقة ، فالنشاط على اختلاف أنواعها  
واحجامها واهدافها ، بل والدول ، أصبحت تتسارع لكي تحصل على نصيب معقول  
من حجم التجارة الدولية والمحلية ( بيع محلي وخارجي ... ) ولكي تظهر في المنافسة  
ما امكن في السوق الاقتصادية الدولية وتحقق أقصى معدلات أرباح ممكنة . ولقد  
تحولت أهداف النظم الاقتصادية ، في الدول التي كان اقتصادها موجه ومقيد  
لمركبة التجارة والانتاج ، وغيره ، الى اقتصاد حر يبنى التمويل بسيطرة (بمع  
يعمل به يمر) ولقد واكب ذلك ان النظم السياسية تحولت في الاخرى إلى نظم حرة  
وتحطت القيود وتفتت الاغلال وظهرت في أواخر الثمانينات دول صغيرة كانت في  
زمن مضى جزء من دول كبيرى وعظمى مسيطرة طاغية ، كثير شئونها بنفسها متبعة  
أقصى درجات الحرية السياسية والديمقراطية . وامداد لهذا التدفق الهائل الحرية  
والتحول اليها ، من الانغلاق والقيود ، كان الإعلام أيضاً نصيب منه فظهر النظام  
الإعلامي الجديد أساسه أيضاً الحرية في تداول ونقل رسائل الاتصال على اختلاف  
مصادرهما ووسائلها من الغرب الى الشرق ومن الشمال الى الجنوب . أضف الى  
هذا ان لشكالات المجتمعات وطبقاته قد تغيرت في الاخرى فازدادت رفاهيتها في  
بعض الدول (أو تفصلت في البعض الآخر ) وازدادت احتياجات مواطنيها  
ومطالباتهم مما دفع مرة اخرى الى الاتجاه نحو الاقتصاد لكي يعمل ويساعد على

تلبية تلك الحاجات المتنوعة بزيادة استغلال الثروات المتاحة وزيادة معدل الناتج والدخل القوي واستخدام كافة الأساليب العلمية في أداء وإدارة الأعمال سواء في اختيار العامل والمفيد الكلفة أو في استخدام أحسن المواد اللازمة للإنتاج وأحسن استغلال لجميع عناصره (رأسمال - أرض - ثروات ...).



ويحتاج الناتج الزراعي مثله مثل أي ناتج آخر ، لو خدمة ، إلى تقمية وتحسين باستغلال العناصر الانتاجية المتاحة ، وتوافر ما يحتاجه لترتفع انتاجية الفدان وتصل إلى المعدلات المعيارية العالمية . ولا تتم تلك التقمية لمعدل الانتاجية بحسب بل لابد أن يجرى معه تقمية الجودة وتحسينها المستويات العالمية ، وتعد الجودة مفتاحاً رئيسياً من مفاتيح سوق السلع (الخطلة إلى السعر وحاجة السوق وقوة وجودة السلع المنافسة ..).

وكما زادت درجة جودة السلع الزراعية المنافسة كلما زاد العائد على رجال الزراعة ( والصناعة ) المنافسين لإنتاج السلع المطلوبة بالجودة والكمية الممكن بيعها لتحقيق أقصى أرباح . وتحقيق هذا الهدف فإن المسئولين على إدارة وتكديـد

هذا الانتاج يجب ان لن يعملوا ويستخدموا المعايير المتعارف عليها وفي هذا لهم يصنفون السلع الى تلك السلع التي تحقق من بيعها أقصى أرباح ممكنة وتلك التي تحقق أقل وهكذا ثم يقصرون انتاجهم على الفئة الأولى فيتخصصون فيها بدرجة أكبر . فالتحول الآن من قيد ومن حرية قليلة الى كاملة ومن انتاج متنوع الى متخصص ، حتى ان الدول ذاتها لتبعت ذلك النهج فتخطت عن الأنشطة التي تمارسها ولا تعلق لها أعلى المزايا وربحت ملكيتها للقطاع الخاص ليتولى هو ذلك بما سمي بالخصخصة Privatization .

وترتيبها على ذلك اذا تبين ان انتاج المحصول الزراعي رقم ٢ في جدول أولويات الانتاج لن يبعه بالكامل يحقق أقصى أرباح ممكنة وبدرجة أكبر من بيع المحصول رقم ٢ في جدول أولويات الانتاج اصبح من اللازم زيادة رقعة الارض الزراعية المزروعة محصول رقم ٢ بالتوسع الرأسى ولأمناع من زيادة للقيمة ايضاً بخلق مساحات أخرى جديدة وصالحة تماماً لزراعته ، كل هذا طالما ان هذه البيانات من كافة تلك الحاصلات ومعدلات انتاجها وبيعها . كانت دقيقة وسليمة والا كان القرار المنطوق اليه خاطئاً.

ويأمل بالنسبة للانتاج الصناعى والبترولى وانتاج المناجم (وغيرها) وكما امكن تحقيق هذا الهدف انتاج أجود السلع وبيعها وتحقيق منها أقصى أرباح ممكنة أى اصبح الانتاج مباع حالاً ( خاصة حالياً ) مع وجود ملبى بمتطلبات المواطنين حالياً (ومستقبلاً) كما انعكس ذلك على زيادة الدخل القومى والفرس وارتفاع مستويات الرفاهية . شرط ان تستمر العجلة فى الدوران بهذا الميار دون معوقات . كتنقص الاموال وانخفاض درجة اداء وكفاءة العمال وانخفاض درجة جودة السلعة أو نقص الطلب عليها حالياً واستمرار زيادة وتضخم اعداد السكان مع سوء ترتيب أولويات استهلاكهم بما يشكل عبثاً على النمو الاقتصادى والاجتماعى بل والاعلامى.

وهو ما يجب على مسئولى التخطيط القومى والتخطيط الزراعى مواجهته سواء بالنسبة لزيادة والتضخم فى اعداد السكان أو بالنسبة لاحتياجاتهم الحقيقية ونمط استهلاكهم خاصة وأنه وكما جاء فى برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية الذى انعقد فى مصر فى الفترة من ٥ - ١٢ سبتمبر ١٩٩٤ فإن معدل الزيادة السكانية فى العالم وكذا نمط استهلاك السكان فى العالم يشكلان عبئا كبيرا على الدول . فقد ارتفع مؤخراً معدل الزيادة السكانية كثيراً . فى خلال ١٢٣ سنة زاد السكان بليون نسمة فى حين زاد هذا المعدل فى العقدين الاخيرين الى حوالى ٩٠٪ . اذ الصرت المدة التى يزيد فيها سكان العالم بليون نسمة الى ١٣ سنة فقط . والمتنظر حتى عام ١٩٩٨ ان تنخفض تلك المدة ( أى يزيد معدل الزيادة السنوية للسكان ) إلى ١١ عام . والمشكلة السكانية الثانية أنه بالرغم من زيادة معدل استخدام وسائل منع الحمل فى الدول النامية إلا أنه مازال منخفضاً عن المعدلات فى دول أمريكا الشمالية ( وأوروبا الغربية ) إذ يبلغ على التالى ١٥ ٪ . ٦٥ - ٨٠ ٪ والمشكلة الثالثة أنه من المتوقع أن يشهد العقدين القادمين مزيداً من هجرة سكان الريف الى الحضر فى دول العالم ليصبح ٦٥ ٪ سكان حضر ، ٣٥ ٪ سكان ريف ( بدلاً من الارتفاع الحالى فى عام ١٩٩٤ وهو ٤٥ ، ٥٥ ٪ على التوالى ) والمشكلة الرابعة ان بعض البلدان النامية تحدث فيها تحولات ديمغرافية سريعة جداً إذ يرتفع فيها معدل الخصوبة ارتفاعاً شديداً لاحتياج إلى زيادة فى الموارد رغم أن مواردها محدودة وغير كافية ، وبسبب هذه المشكلات وغيرها فإن برنامج العمل للنشر اليه ، يلزم المجتمع الدولى بتحقيق اهدافا كمية فى مجالات سكانية ثلاثة حيوية بفرص تحقيق التنمية وهى التعليم خاصة للإناث ، وخفض معدل وفيات الرضع والاطفال والامهات ، وتوفير الفرصة للجميع الحصول على خدمات تنظيم الأسرة والصحة التناسلية ، ولهذا فإن هذا

---

(١) الأمم المتحدة - برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية القاهرة ٥ - ١٢ سبتمبر ١٩٩٤ .

البرنامج وخمس - ضمن مجازاته الخمسة عشرة - المبدأ الرابع وفيه - ان الاهداف والسياسات الممكنة جزء لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يتمثل هدفها في تحسين مستويات المعيشة وتوعية الحياة لجميع الافراد ... بما يمثل المعايير الدولية لحقوق الانسان - والمبدأ الخامس ومن أجل تحقيق التنمية المستدامة والإبقاء بتوعية الحياة لجميع الشعوب ينبغي الحد من انماط الإنتاج والاستهلاك غير المستدامة والمبدأ السادس فتعلن جميع الدول والشعوب في المهمة الأساسية المتمثلة في استتصال شاقة الفقر كشرط لا غنى عنه للتنمية المستدامة والمبدأ الثامن - أن برنامج رعاية الصحة الجنسية والتناسلية بما في ذلك خدمات تنظيم الأسرة يجب أن توفر لجميع نطاق ممكن لصرية الاختيار - والمبدأ التاسع وتؤكد ان الحق في التنمية حق عالمي وغير قابل للتصرف ويشكل جزءا لا يتجزأ من حقوق الانسان الأساسية وأن الانسان هو الموضوع الرئيسي للتنمية والمبدأ العاشر - الأسرة هي الوحدة الأساسية في المجتمع ويحق لها بصفتها تلك ان تحظى بالحماية والنعم الشاملين - والمبدأ الثالث عشر - ينبغي للدول - عند النظر في الاحتياجات السكانية والامتانية للسكان الاصليين ان تعترف بهويتهم وثقافتهم ومصالحهم وتزودهم بأن تمكنهم من المشاركة الكاملة في الحياة الاجتماعية والسياسية للبلد - والمبدأ الرابع عشر - يجب ان تكون التنمية الاقتصادية سليمة ومستدامة بيئيا ... وينبغي للبلدان الصناعية ان تواصل جهودها الرامية الى تعزيز النمو المطرد .. ولا سيما للبلدان النامية .

وتحقيق التنمية سيظل دائما هدف الدول جميعا وهي تتخذ كافة السبل العلمية في اعداد سياساتها وبرامجها وخططها لاستمرار زيادة معدلاتها .. واهل هناك اتفاق تام بين المتخصصين على ان عصب التنمية الزراعية (والصناعية) .

---

(١) الامم المتحدة - سبتمبر ١٩٩٤ للرجع السابق - ص ٩ .

إضافة إلى الاتساع ، هو المصلحة (كمنتج تام أو كخامة قبل مراحل التشغيل أو التنمية عليها ثم كمنتج يجب أن يباع بعد أخذ الاحتياطي اللازم منه للتخزين).

وتتضمن درجة جودة السلع الزراعية وزيادة معدلات إنتاجها المباع فإن الأمر يقتضي إجراء دراسات مستمرة ومستفيضة على توجهات البلوز ودرجة جودتها وتحسين التربة ومجابهة ظروف الطقس والتقلبات الجوية وزيادة ناتج الأرض ودفع معدل استغلالهم وسائل الإعلام لنشر الطومارات والافكار المستحدثة وايضاً استخدامهما مع الاتصال المباشر لزيادة معدلات القناع وتبلي المزارعين هذه الافكار.

وبالرغم من أن البحث في المشكلات الزراعية ، وتنمية الناتج الزراعي بصفة عامة ، أهمية كبيرة فإنه لم يحظ بعد بالاهتمام الكافي من المستويات من معالجة تلك المشكلات وتنمية الناتج الزراعي وايضاً من المتخصصين في الدول النامية ( والائل نموا ) . ذلك أن المفكرين والمتخصصين في هذا المجال وايضاً القائمين على تنفيذ المشروعات الزراعية مازالوا يختلفون على درجة أهمية تلك البحوث وأعدادها ونطاقها وتوقيت اجرائها ومناقشتها والعوامل التي تتحكم في كل ذلك ، فعلمهم من يرى أن تكلفة إجراء البحث (ثم تكلفة تنفيذ نتائجه ) تعتبر هي العامل المتحكم في القيام بالبحث من عدمه وذلك بغض النظر عن الفوائد التي تجنيها الجهة التي يجري البحث من اجلها . فكلما زادت تكلفة البحث كلما قلت احتمالات اجرائه . وقد ترتبته على ذلك وعلى ارتفاع تكاليف اجراء البحوث ( والعمل بنتائجها ) أن أصبح عدد البحوث التي يتم اجرائها في بعض الدول النامية محدود للغاية ويقل كثيراً عما يجب لاجرائه فيها بالإشارة إلى المشكلات والحاجات القائمة في تلك الدول . ويرى آخرون أن تتم دراسة هذين المتغيرين (التكلفة ومائد البحوث) بشكل أكثر موضوعية ومعالجة فالحائدة من تنفيذ نتائج بعض البحوث - طالما كانت تلك النتائج فعالة - حالياً أو



مستقبلا قد تفرق ، ان تم حسابها بدقة ، تكاليف اجراء ، وتنفيذ نتائج تلك البحوث .  
وايضا الفوائد مالية لمعصب بل قد تكون ايضا اجتماعية ، لو حصلت عامة لومية .

والى رايى ان البحث طالما كان ضروريا وسيعالج مشكلة او مشكلات جوهرية  
خاصة ان كانت قومية مستعصية لئلا تكلفته قد تقضى فى مرتبة تالية بعد فوائده .  
ومن الصعب استبعاد البحث وعدم القيام به رغم ان المتوقع انه سيعالج مشكلات  
حيوية كالمشكلات التى تواجه التنمية الزراعية . ومن الصايب الذى يجب اتباعها فى  
هذا الصدد ان يدرس مشروع البحث جيدا ويتم تخفيض تأثير التكلفة .

ويرى روجرز<sup>(١)</sup> ان تحقيق اهداف البرامج ، باعتباره فائده من الفوائد التى  
تتعلق من تنفيذ نتائج البحوث ، بعد اهم بكثير من تكلفة القيام بتلك البحوث .

ومن المعروف ان معظم الدول الصناعية ، والمنظمة بصفة عامة ، ترصد  
بلايين الدولارات فى ميزانياتها سنويا لامعمال البحوث فى المجالات الصحية والطبية  
والزراعية ، والفضاء ، وغيرها ، التى تستمر لسنوات دون ان تصل الى نتائج فعالة  
وتحقق الاهداف المرجوة ليدخل العمل مستمرا . ويصر الباحثون على المزيد من  
الاموال لاستمرار اعمالهم . والجنود بالافسار ان للرأى العام الأمريكى تار فى  
الثمانينات عندما اصيب لحد نجوم السينما بمرض «الايدز» ووجه المفكرين والكتاب  
وغيرهم ، على صفحات الصحف والمجلات وفى وسائل الاعلام الالكترونية وغيرها ،  
لقبا شديدا للحكومة لعدم توفيرها الاموال اللازمة ، إضافة لما وارثه فعلا ولم يأت  
بنتيجة ، لاكتشاف الدواء لعلاج ذلك الداء . وكان رأى الغالبية زيادة الدعم لهذا النوع  
من البحوث والمعامل له .

(1) Everett Rogers : Communication Strategies For Family Plan-  
ning New York, The Free Press, 1973 p. 367

والقيام بالبحث من أجل رفع معدلات التنمية الريفية ، خاصة في الدول النامية امر ضروري ولا بد منه باستمرار ، وكما توصل اليه البحث الى علاج أو التهرب من علاج ، المشكلة بدأ من جديد لما للتنمية ومماثل للعلاج هذه أو البدء في دراسة مشكلة أخرى وإيجاد الحلول لها ( حسب الأحوال).

ويتم البحث عن التنمية الريفية عادة في عدة مراحل ،

• مشكلة أو موضوع أو حاجة زراعية تلعب الجهة المختصة أو الباحث علاجها أو تلبيتها .

• اعداد الخبراء والمتخصصين بمشروع البحث (واضح به الاهداف والفوائد المرجوة).

• مراعاة الجهة الممولة على اجراءه .

• وضع الخبراء خطة البحث وموضوع التنفيذ (على مراحل) .

• البدء في تنفيذ المراحل الأولية مع متابعة الخبراء التنفيذ ومخبطه .

• اتمام جميع المراحل بمراجعة الخبراء والمتخصصين .

• تحقيق نتائج مفيدة - هدف أولي .

• بدء تنفيذ تلك النتائج - هدف نهائي .

وقد تكون الفوائد المتوقعة جنبها فوائد عامة (قومية) أو فوائد خاصة (بالجهة التي تتولى البحث لمصعب ) أو تكون الفوائد قومية وخاصة معاً .

ولأن البحث يجب أن يكون عملية مستمرة ( متابعة ما يتم واتسبع النتائج أو تطويرها أو علاج مشكلات جديدة .. ) ولأن التكلفة مازالت ، يستطل عقبة كؤود في سبيل القيام بالبحث ، فإنه ينبغي على الباحثين والخبراء جدولة المشكلات والحاجات بحيث تتضمن القائمة المشكلة أو الحاجة الأهم والأكثر حيوية فالأقل . لأن لمسألة الاستمرارية في القيام بالبحوث لتعنى بالضرورة أن بعض العلاجات التي أجريت البحوث من أجلها قد تمت تليبيتها . وقد تكون تلك التلبية بالكامل أحيانا ولكن مازالت هناك أمور مطلقة كما قد تكون التلبية جزئية . ورغم أن الحاجة قد تمت تليبيتها فالبحث سيظل مستمرا ، ليكتشف الطماء الدواء لعلاج الباء ، لكن :

١- قد يرى العلماء أن العلاج لن يكون ١٠٠٪ بل أقل فيستمر البحث لكي تصل إلى ١٠٠٪ .

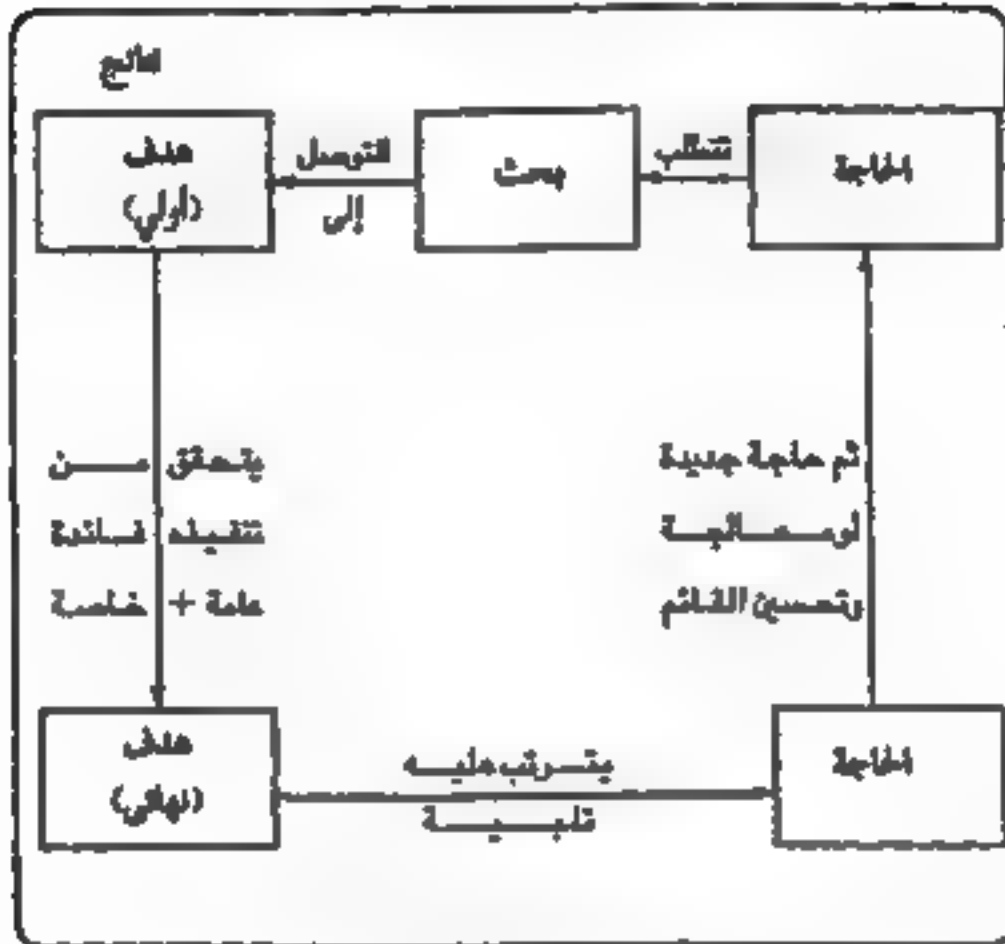
٢- لو قد لا تكون نسبة الـ ١٠٠٪ معروفة إلا عند التنفيذ وبده العلاج ، فيستمر البحث .

٣- لو قد تتكشف بعد سنوات أن الدواء يسبب أعراضا جانبية سيئة ، فيستمر البحث .

٤- لو قد يكتشف معاملة أن دواء آخر يعالج تلك الباء فيستمر البحث ... وهكذا .

وبالمثل البحث لرفع معدلات التنمية الريفية : علاج مشكلات القرية / تنمية البذور / زيادة الناتج الزراعي باستخدام الميكنة الحديثة / مقابلة عوامل التنمية والطقس . استخدام نظام السويكات / أو الري بالتنقيط أو بالصر ....

شكل رقم (١-ب)  
البحث عن الحاجة الريفيه عملية مستمرة



إذاً فالحاجة مستمرة . وقد يكون أهم الحاجات الزراعية هو القضاء على  
مخاطر التنمية الزراعية ، والحاجة الخاصة تختلف درجة أهميتها بين شخص وآخر  
في حين أن الحاجة القومية تهم عامة جميع المواطنين .

وهن اختلاف أهمية وفوائد البحوث يقول رولين ولتر<sup>(١)</sup> أن علماء الاجتماع  
حينما يمارون استخدام البحث على موضوعات أو مجالات عامة وتوسعية فإنه يجب

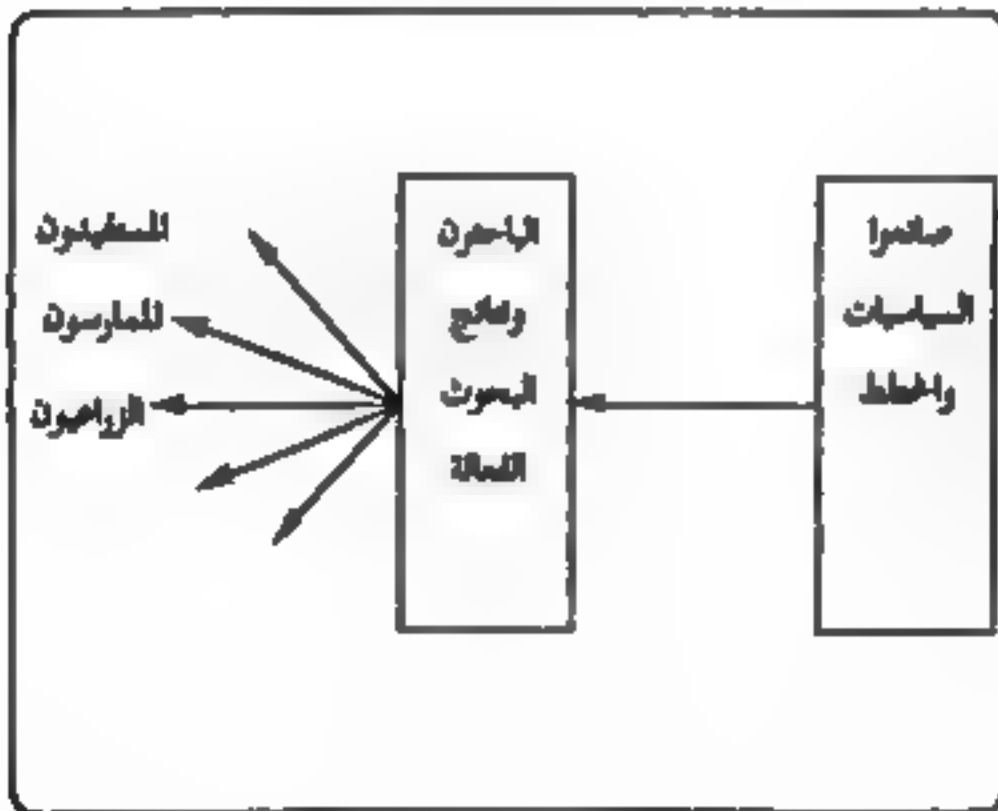
(1) Lee Rainwater : Family Design : Marital Sexuality , Family  
Size , and Family Planning . Chicago , Aldine , 1965 , pp. 18 - 19 .

أن يكون معلوماتهم ، لن من شأن تلك البحوث أن تعود بالفائدة (عند العمل بنتائجها  
لذلك فائدتها ) على هذه العلوم الاجتماعية .

ويمكن القول وببساطة أن يحدوث الاتصال من أجل زيادة معدلات التنمية  
الريفية (والعمل بنتائج تلك البحوث طالما كانت مفيدة) وهي مرحلة عامة من مراحل  
عمليات الاتصال التنموية وهي تقع في المرحلة بين مرحلة صنع سياسيات وخطط  
التنمية وبين مرحلة الاستفادة (مرحلة الممارسة : من مزارعين وغيرهم )

### شكل رقم (٢)

عملية البحث لزيادة معدلات التنمية الريفية  
وصانعوا السياسات والمستفيدين



ويتفق « سمرلانده » معنا إذ يقول أن محور الاتصال في الحلقة بين جمهور المتعرضين لوسائل الاعلام وبين المسترجمين عن برنامج الاعلام (١).

ونظراً لأهمية البحوث وحاجتنا القومية المستمرة الخاصة اليها ، بالمفهوم السابق ، فقد افردنا لها فصلاً جديداً بهذه الطبيعة ، كما أضفنا أيضاً موضوعات أخرى جديدة مثل قيادة الرأي في الريف المصري ، والتأثير في نظريات الاعلام ، ودور الاتصال في المشكلة السكانية ، والاتصال المحظور ونأمل أن تكون في تلك الطبعة إضافة جديدة للطوم والبرسعين .

المؤلفة

---

(1) Lloyd Sommerland " Journalism Training for a Modern World " in UNESCO , Professional Training for Mass Communication ; Reports and Papers on Mass Communication No. 45 , Paris, 1965 pp. 9 - 10.

## مقدمة

### الطبعة الثانية

تبين الطبعة الأولى لهذا الكتاب الاهمية الكبيرة التي تواجها كل دولة من دول العالم ، اليوم للتنمية وعلى الاخص للتنمية الريفية والتنمية الاجتماعية وهو الامر الذي لاخلاف عليه ، ولكي تتم تنمية الريف يجب ان نأخذ - الى جانب الدراسات على الفلاح وعلى القوة البشرية بصفة عامة في الريف - بعض المتغيرات الهامة بعين الاعتبار ، مثل المصدر الرئيسي للثايج الزراعي الذي هو اساسا مجال عمل الفلاح ، اى الارض الزراعية ، ومن المتفق عليه ، ان كل دولة في العالم المتقدمة بصفة خاصة ، لاتتفر وسما لاجراء دراسات مستمرة على اراضيها الزراعية ذلك المصدر الحيوي الضروري والذي يمثل احد عوامل الانتاج الزراعي التي لا غنى عنها .

ورغم ان الارض الزراعية ذاتها تخرج من نطاق الدراسة بهذا الكتاب الا انه لاهميتها القصوى ، ووفقا لما صيغته حالاً ، كان من اللازم الاشارة اليها والى نتائجها في هذه الطبعة بشكل طير ودون اطالة.

والاهتمام بالزراعة وتنميتها لم يكن وليد حاجة حالية تتطلب زيادة النتائج الزراعي فحسب ، بل انه امر لاتنسى ، وتنشيه ، الطبيعة البشرية التي فطر الله الانسان عليها ، كما تنشيه ايضاً طبيعة سائر المخلوقات التي تشاركه الانسان الحياة على الارض . فلا حياة بدون غذا (وقد يفهم ان مشاركة هذه المخلوقات للانسان في الحياة تعنى انها جاءت لتزاحمه العيش في حين قد يكون العكس هو الصحيح اى ان الانسان هو الذي جاء بعدها ليرزحها فيه ، ذلك ان التفكير الذي في بدء الخلق ينبئ ان الله يخلق سبيل للعيش ومساكنه لولا ثم يخلق بعد ذلك من يتميش على تلك السبل فلان الحيوان لابد له ، حتى يعيش ، من النبات ومن الحيوان

ايضاً كخالد فالذي يفهم ان النيات جاء الى التكون قبله فوحي وقت معلوم تقريباً  
ولأن الانسان يتقذى على النيات وعلى الحيوان وله منافع فيهما فقد خلقهما الله له  
اولاً . وحدث العكس ما عاش الانسان لو الحيوان قبله والله اعلم).

ومن الطبيعي إذن ان يسعى الانسان في كل زمان ومكان إلى المحافظة على  
خздائه، وإلى توفيره وتأمينه بالقدر الكافي، وفي الوقت المناسب، وليس المقصود بهذا  
السعي ان يتم من أجل توفير ثمن أو قيمة الغذاء لصعب وإنما يجب ان يكون ذلك  
السعي ايضاً من أجل المحافظة على المصدر الاصلى للغذاء وهو الارض الزراعية  
وان تكون تلك المحافظة بشكل دائم ومستمر. ولذلك فإن الانسان، كفرد، والدولة،  
ككيان سيادي ومعنوي مستقل، يعميان دائماً لتأمين الزراعة وتنمية ناتج الارض  
الزراعية (نعمة من نعم الله.. وإن تعدوا نعمه الله لا تحصوها). وهذا الامر يدخل  
كمطلب أساسي يجب تحقيقه، ضمن الهدف المستمر وهو زيادة التنمية الريفية  
وإنشائها.

إن لنا علاقات التبادلية بين الانسان والنبات هي عملية مستمرة وأبدية طالما  
يريد الله لها ذلك - بدأت منذ أول الحياة بالنبات والغذاء وتستمر، بإرادة الله، في  
دورة متصلة كلها نفع للانسان أولاً ثم غيره من المخلوقات (والكثير منها مسفر)  
لنفعه).

أي أن .....

ناتج الارض الزراعية السالمة = حياة المخلوقات

(بمشيئة الله)

والتخطيط العلمي السليم هو السبيل الرئيسي للمحافظة على هذه النعم (١).

---

(١) يتأمل الانسان كيف ان الله سبحانه وتعالى قد وهب أصغر دابة على الارض وهي  
« النملة » نعمة للتخطيط وكيف أنها تفتقر لنفسها وإجسامتها ما تفكر به كل فترة من الزمن



ولا بد للإنسان إذن ألا يذخر جهداً في سبيل ذلك وفي سبيل توفير عوامل الإنتاج الزراعي الأساسية وعلى الأخص وقود الأموال الكافية لطلب وتشغيل القوة البشرية الضخمة والمهوية والماهرة وكذلك للتكنولوجيا الحديثة (زيادة الإنتاج ومقاومة الآفات) والمواد، إلى جانب توفير المورد الطبيعي السيوى وهو مياه الري بالكميات اللازمة وفي الأوقات المناسبة. وليس المطلوب هو مجرد الحصول على هذه العوامل الأساسية بالقدر الملائم وفي الوقت المناسب فحسب بل لابد قدر الأمكن من ضمان وتأمين الحصول عليها، أى لابد من الاستمرارية في الحصول عليها، وإن يتعلق ذلك إلا باتباع الأسلوب الطمى في التنمية الريفية والاجتماعية تخطيطاً وتنظيماً ومتابعة. أما ترك الأسلوب الطمى وهم انتهاه فلن ذلك من شأنه أن يؤدي إلى هزات وخيمة واضرار بالغة. والأمثلة في هذا السدد كثيرة ومن أمثلها ما حاصره شعوب العالم وشعر بها بعضها في عامي ١٩٨٥، ١٩٨٦. مما لاقى عليه المجاعة القاتلة التي اكتسحت بعض الدول الأفريقية وما زالت والتي راح ضحيتها عدة ملايين من البشر أكثرهم من الأطفال الأبرياء - نتيجة الجفاف الذي حل بهذه الدول وجعل من أراضيها الزراعية صحراء يابسة جرداء بلا حياة ولا ماء. هذا في الوقت الذي تتمتع فيه بعض تلك الدول التي حلت بها هذه الكوارث بمصادر طبيعية للمياه (أنهار وأبار) كاثيوبيا والسودان، بما يقطع بلن المجاعة التي أصابتها والكوارث التي حلت بها لم تكن رابطة أخطاء الساعة وإنما هي واحدة أخطاء تراكمت من سنوات طويلة لم ينحصر معانها في ضعف أو في الافتقار إلى التخطيط السليم والتنفيذ والمتابعة. وفي عدم التركيز على جلب وقود الأموال إليها، وفي عدم معالجة الدول الغنية لهذه المشكلة من أجل توفير الوسائل الكفيلة باستمرارية ري الأرض وتمييتها حتى أن حلت الأمطار أو انخفضت لا يحل بها الجفاف للميت هذا ولا تصيح الأرض الصالحة جرداء ولا يجيء - كخطوة مسبقة - لئلا لها.

وتن في مصر نسيج في كل لحظة لله شكر وأحمداً على رحمته الواسعة بنا، إذ حملنا شر هذه المجاعة القاتلة ومواقبها الممرة فلم يجعل هذا الجفاف الميت يتعدى حدود السودان الشقيق لينا. وفي ذلك لقد أشار بعض خبرائنا بفضل السيد العالي ومخزونه من الماء.

ولأن الماء هو حياة الأرض كما هو حياة كل المخلوقات (وجعلنا من الماء كل شيء حي...) فالأمر يقتضى لحظته دائماً بالقراسات العلمية بما يتضمن المحافظة عليه قدر الامكان وتأمينه قدر الاستطاعة وهو ما يساعد مباشرة على تحقيق التنمية الزراعية ثم التنمية الريفية (والاجتماعية).

وقد بينت الطبعة الأولى، لهذا الكتاب، استناداً إلى الاحصاءات التي اتيحت في منتصف السبعينات، أن القطاع الزراعي ساهم في الناتج القومي لمصر، في عام ١٩٧٦ بما قيمته حوالي النُصْف، في حين ساهم القطاع الصناعي بحوالي الثلث. ولأن هناك عدة قطاعات تتركز في تحقيق الباقي من الناتج القومي، فيمكن القول بأن معدل مساهمة القطاع الزراعي (وحدّه) المشار إليه معدل لا يؤس به، وقد يدل على أن الموارد الطبيعية والامكانيات المتاحة قد تم استغلالها في التنمية الزراعية، ومن ثم في التنمية الريفية، بمعدلات مقبولة.

ونظراً لأن تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، يعتبر هدفاً أساسياً للدراسة، بهذا الكتاب، فقد كان من الضروري أن تتعرض الطبعة الثانية، هذه لتطور معدلات الناتج الزراعي ومنه مساهمته في الناتج القومي لمصر بعد حوالي ٦ سنوات سنة ١٩٨٢ (وهي آخر سنة نشرت عنها احصاءات مصرية رسمية ريفية). وفي هذا فقد تبين<sup>(١)</sup> أن معدل المساهمة المذكور قد انخفض إلى النصف تقريباً من الستين (محسوراً على أساس القيمة) بدلاً من أن يرتفع وهو أمر خطير (لا يخفى من خطورته القول بأن معدلات مساهمات أنشطة وقطاعات أخرى في الناتج القومي قد زابت عن المعتاد، في حين ظل الناتج الزراعي على ما هو عليه لتطوره خارجة).

---

(١) تعد معظم هذه الاحصاءات بالقيمة، ومن الصعب، إن لم يكن من المستحيل، حساب الناتج القومي بالكمية في وجود أكثر من وحدة القياسها. فوحدات القياس الكمي للسلع المدخلة أو المنتجة تختلف من وحدات القياس الكمي للخدمات. كما تختلف وحدة القياس الكمي بين سلع صناعية وأخرى تجارية بل بين صناعية وأخرى متعلقة لبقايا.

وتزداد هذه الخطوة إلى درجة مخيفة إن أُضيفت إلى مصافة انخفاض هذا الناتج مشكلة التزايد المتوالي والمتخضم في عدد السكان والتي تتجاوز معدلات التقديرية ٢.٨٪ سنوياً<sup>(١)</sup> (آخر تعداد رسمي منشور هو تعداد سنة ١٩٧٦ وبلغ عدد السكان فيه حوالي ٢٨ مليون نسمة)<sup>(٢)</sup>. ويعنى ذلك - ضمن ما يعنيه - أن معادلة الناتج الزراعي وعدد السكان قد انعكس وضعها وانقلب، فبدلاً من أن تزداد الرقعة الزراعية الصالحة ويشكل تصحيح هذه حقيقة الإنتاج ويزداد معها، بالتالي، الناتج الزراعي ليقابل ويغطي احتياجات الزيادة في عدد السكان، للواجب التحكم فيها، حدث ما يفاير ذلك، فانخفضت مساهمة الناتج الزراعي في الناتج القومي وازداد معها عدد السكان، فالاحتمال أن يتجاوز الناتج الزراعي<sup>(٣)</sup> لاحتياجات السكان حتى يتحقق، قدر الامكان، الاكتفاء الذاتي، ويزيد:

الناتج القومي - الاستهلاك القومي

= الاحتياطي (المخزون القومي)

+

التصدير القومي



من الزراعة

من الزراعة



(الزراعة وإنتاجات التصنيع الزراعي)

(١) Central Agency for Public Mobilization and Statistics, Statistical Year Book, Egypt, 1984, p.8.

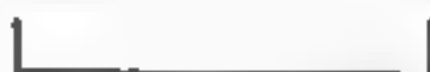
(٢) بحسب معدل النمو السكاني، جريدة على أساس كل ١٠٠٠ فرد وأيس كل ١٠٠، مما يدل على مدى تضخم معدل النمو هذا في مصر.

(٣) ما يسدق على الناتج الزراعي (في استهلاكه) قد يسدق أيضاً على ناتج بعض الأنشطة الأخرى.

وقد أدى النقص في الناتج القومي من الزراعة والزيادة في عدد السكان - مع زيادة حاجاتهم وزيادة الاستهلاك القومي - إلى تلاشي ما يجب توفيره من هذا الناتج كاحتياطي ولتصدير، ومن ثم قد زاد معدل الاستيراد القومي:

$$\text{الناتج القومي} + \text{الاستيراد القومي} = \text{الاستهلاك القومي}$$

من الزراعة                      من مواد ومنتجات زراعية



(خلل أو ضعف لتتصالي زراعي)

وطى ذلك فإن تحقيق المعادلة الأولى، يترتب عليه زيادة الموارد من العملة الصعبة (أو النقد الأجنبي) خاصة إن كان معدل زيادة الناتج القومي من الزراعة أعلى كثيراً من معدل الاستهلاك القومي من الناتج الزراعي. والعكس صحيح أن تحققت المعادلة الثانية، حيث يتم الصرف من حصيلة العملة الصعبة لاستيراد الموارد والسلع الغذائية - التي لم يوفرها الناتج الزراعي فتزيد الناتج القومي بالاستيراد لكي تكفي الاستهلاك.

والانخفاض الحاد في معدل الناتج الزراعي المصري إلى الناتج القومي عدة دلائل خطيرة لعل من أهمها انخفاض فاعلية التخطيط والإدارة والتنفيد والمتابعة. وقد يرجع هذا الانخفاض لعدة أسباب منها عدم توفر عناصر الانتاج الهامة كراس المال. يضاف إلى هذا بلن للوقوع السابق ليرابه - عندما كان معدل قيمة الناتج الزراعي مساهميا لخمس الناتج القومي تقريبا في عام ١٩٧٦ - من أنه قد تم استغلال الموارد الطبيعية والامكانيات الزراعية المتاحة استغلال مقبولا أصبح لا محل له في عام ١٩٨٢ (إذ إن قيمة الناتج الزراعي لا تشكل إلا حوالي ١٦٪ من الناتج القومي في عام ١٩٨٢). ولا يغير من ذلك كثيراً، كما سبق الإشارة، ارتفاع معدلات مساهمة نتائج الأنشطة الأخرى في الناتج القومي بدرجة أكبر من ارتفاع معدل مساهمة الناتج الزراعي فيه).

ورغم أن الدراسة بهذا الكتاب تركز أساساً على الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام للتهوض بالانتمية الاجتماعية وما يتصل بذلك من مخاطر تتعلق بالفلاح، وبغيره من الفئات التي تعمل في الريف وملوكهم وعلاقاتهم، دون التركيز تفصيلاً على الزراعة ومشاكلها، التي لها مجالات وتخصصات مستقلة، كما سبق الإشارة إلا أنه لأهمية التسمية الزراعية ولارتباطها ودون شك بمجالات هذه الدراسة - عكس على أنها بلغت في مصر مرحلة من الخطر يتطلب معها زيادة معدلها كأي حيوى يرتبط بحياة المصريين - كان من الضروري أن تتم الإشارة إليها في هذه الطبعة، وتؤكد الفقرة السابقة النقطة الأخيرة، وتبين الهوية التي انزلق إليها قيمة الناتج الزراعي إلى الناتج القومي في مصر، مما توجب عليه زيادة الاستيراد لسلع ومواد غذائية كان في الاستطاعة إنتاجها محلياً وتأمين العملة الصعبة المطلوبة فيها، وعلى سبيل المثال فقد ارتفعت معدلات استيراد (بالقيمة) الذرة الشامية وبقية (القمح) والقمح والسكر للنقى في نهاية خمس سنوات منذ سنة ١٩٧٨ حتى سنة ١٩٨٣ إلى ٢٧٣٪، ٢٧٤٪، ٢-٥٪، ١٣٤٪ (١) على التوالي. يضاف إلى ذلك بأنه قد ارتفعت بالتجارية معدلات استيراد (بالقيمة) المواد والمنتجات التي تعتمد في زراعتها أو في نموها على الناتج الزراعي، فالقمح المجمدة مثلاً (التي هي إحدى منتجات الثروة الحيوانية التي تعتمد في إنتاجها ونموها على بعض العناصر الهامة ومنها الناتج الزراعي من حلف وقول وخلاف) زاد معدل استيرادها في نهاية هذه السنوات الخمس، أي في سنة ١٩٨٣ إلى ٢٩٠٪ (٢).

ويلتضي الأمر أن تتكاتف كل الجهود، الرأبداً وحكومة، في مرحلة أولى استثمارية من أجل القضاء على كافة المعوقات التي تسد طريق التوسع في استصلاح الأراضي البور واستزادها والحصول على نتاج متعدد منها أي التوسع الزراعي الحقيقي، أولاً، ثم زيادة الناتج الزراعي من الأراضي المستزرعة القائمة

(1) Central Agency for Public mobilisation and Statistics, 1984, op. Cit., p. 274.

(2) Ibid., p. 274.

والحصول معينة (أي التوسع الزراعي وأسيا) إلى تغطية كل احتياجات المستهلك  
للحطب من المواد والمنتجات الزراعية أو حتى تغطيه معظمها حتى يتحقق الاكتفاء  
الذاتي بعد ذلك تدريجيا وإلى أمد بعيد ممكن.

وإن تكون المشكلة الرئيسية التي تلاب حائلا أمام التوسع في النتج الزراعي  
بالشكل المشار إليه هي توفير رؤوس الأموال لاستخدامها في مد الأراضي البور،  
وغيرها، يبياه الري بصفة مستمرة وكذا اللازمة لاستخدام وسائل التقدم العلمي  
والتكنولوجيا في الزراعة. ويمكن التغلب على مشكلة التمويل هذه بمعدة إجراءات  
مجتمعة أو منفردة ومتعاقبة مثل:

#### (أ) لجتذاب رؤوس الأموال :

- \* بمنح امتيازات من ٥٠ إلى ٩٠ سنة لم أكثر لاستغلال لأراضي زراعية.
- \* بالمشاركة في مشروعات زراعية أو صناعات زراعية. ويمكن انشاء رؤوس  
الأموال العربية والأجنبية عموما.
- \* بإعفاء المستثمر من الضريبة على الأرباح التجارية والصناعية مدة عشر  
سنوات إن كان الاستغلال (أو الامتياز) ممنوح لمدة عشرين سنة مثلا، ثم  
لرخص ضرائب مخفضة بعد ذلك.
- \* إعفاء المستثمر من الرسوم الجمركية على كل ما يستورده من معدات والآلات  
وخلاله في فترة التأسيس والتوسع.
- \* زيادة المزايا والإعفاءات التي يمنحها القانون رقم ٤٢ لسنة ١٩٧٤ بإصدار  
نظام استثمار المال العربي والأجنبي (وتعديلاته).

## (ب) إجراءات فنية:

\* إعادة جدولة المشروعات القومية التي تموها الدولة ووضع مشروعات الاستصلاح والاستزراع على قوائم تلك المشروعات.

\* إقامة المدن والمجتمعات السكنية في المناطق الصحراوية ونقل فروع بعض شركات ومؤسسات القطاع العام والحكومة إليها خلسة تلك التي يرتبط عملها بالاستصلاح والاستزراع... وتحقيق الاكتفاء الذاتي لتلك المدن والمجتمعات.

\* تشجيع المواطنين وعلى الأخص الشباب على الانتقال لتعمير تلك المدن والمجتمعات ومنحهم مزايا متعددة مقابل أضرارهم ودرجات متفاوتة، على استصلاح واستزراع مساحات معينة من الأمانة. ويمكن أن يأخذ ذلك التشجيع صورتها بما يلي:

• تملك عدة أمانة مجانا مقابل استزراعها والأضرار على استزراع حدد آخر من الأمانة.

• زيادة قيمة دعم الدولة لكافة السلع والمواد الغذائية في هذه المدن والمجتمعات.

• زيادة مميزات التقولين إلى تلك المدن.

• تخفيض قيمة كافة الرسوم الحكومية المستحقة على التعاملات في تلك المدن. وكذلك تخفيض المصروفات البنكية على التعاملات في تلك المدن، ووصفة عامة تخفيف الأعباء والرسوم التي تحصلها الدولة عادة من المواطنين على قاطني هذه المدن والمجتمعات.

• تخفيض الضرائب أو زيادة الإعفاءات الضريبية لسكان تلك المدن والمجتمعات.

• توفير وسائل المواصلات العامة داخل تلك المدن، وبينها وبين بعضها وبينها وبين المدن الكبرى مع جعل أجور الانتقال رمزية.

• إصدار سندات على القولة مفتتها من عشر سنوات إلى عشرين سنة على أن تعفى من كافة الضرائب وتخضع لنظم الجواز.

• رفع سعر فاتحة البنوك المصرية على الوانج والمخدرات وعلى الأخص بالعملة المصرية.

• فتح باب التبرعات أمام شركات ومكاتب القطاع الخاص.

• فتح باب التبرعات أمام كافة المواطنين.

والله نسال أن يمنحنا القوة لاجتياز هذه العقبات المرافقة فهو العاطي بلا حساب، ويذهب مصر قادر بأن الله تعالى على تفطياها بسهولة كما تخطى اصعب منها. والآن على ذلك من تاريخه المريق، كثيرة وبلا حدود. لقد خلقه الله ومنحه من القيم الازل صفة الفضال والبأس فتطلب بهما وبإيمانه على تحديات كثيرة أقوى مما يواجهه اليوم. فنخفض العلم من آلاف السنين لرابته، وانتصر، في كل معاركه الضارية التي خاضها طوما أو جيرا. منذ التار في العصور القديمة إلى الاستعمار في العصور الحديثة حتى أكتوبر الملهمة. وانتصاراته هي دائماً بقوة وبإيمانه بالله واعتماده عليه

لعمم المولى ونعم النصير

المؤلف



## مقدمة

### الطبعة الأولى

(معدلة)

عما لا شك فيه أن كل دولة من دول العالم تسعى حثيثاً إلى مضاعفة معدلات التنمية فيها . ولا تختلف في هذا دولة كبيرة أو صغيرة متقدمة أو نامية لأنه كلما زاد النمو الاقتصادي والاجتماعي.. فيها كلما ارتفع مستوى معيشة أبنائها وكلما تبرز مكانه أكبر بين دول العالم.

والتنمية الاجتماعية ترتبط بتطور البناء الاجتماعي في الدولة ويتفويضه إلى الأحسن بما يؤدي إلى استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة المعقدة في كافة أنشطتها.

وقد تختلف نوعية المجتمع وحاجاته وأهدافه في دولة متقدمة وفي دولة نامية، إلا أنه لا خلاف على أن كل دولة في وقتنا الحاضر تهتم اهتماماً كبيراً، ضمن اهتماماتها المتعددة بتوفير الغذاء لمواطنيها - وبالباء الحقيقية إن أمكن ذلك مما أدى إلى التركيز على زيادة الإنتاج الزراعي العالمي بصفة أساسية. كل دولة تعمل على زيادة الرقعة الخضراء بأراضيها فتحول الأراضي الجبلية الجرداء إلى أراضي صالحة للزراعة، إلى أراضي خضراء.

خير أن أهمية توفير المراد الغذائية وزيادة كمياتها المنتجة تظلوت بين الدول؛ فلذا كانت هذه المسألة هدف أساسى يمكنها بسهولة تحقيقه تصبو إليه دول العالم المتقدمة فإنها تعتبر هدف حيوى جوهري لا يعجل منه لمظم الدول النامية قد يصعب من الاكتفاء الذاتي تحقيقه.

ومن المعلوم أن الفلاحين في كثير من دول العالم وعلى الأخص الدول النامية يشكلون الجزء الأكبر من السكان. وفقاً لما تشير إليه الإحصائيات في هذا المجال حتى أن تعداد الفلاحين في بعض الدول الأقل نمواً يبلغ حوالي ٨٠٪ من مجموع السكان.

وقد ترتب على أهمية الفلاحين - باعتبارهم أحد العناصر الرئيسية في الإنتاج الزراعي - وعلى أنهم يكوّنون الجزء الأكبر من السكان في بلاد كثيرة في العالم أن معظم الدراسات السكانية والاجتماعية أصبحت تتركز على الفلاح، على أسلوب حياته اليومي ومستويات معيشته وأسلوب تفكيره وسلوكه. ويمكن القول - بصفة عامة - أن معظم البرامج المحلية والدولية التي تعد من التغيير الاجتماعي المخطط أصبحت لا تفلو من مناقشة موضوع أو أكثر من الموضوعات المتعلقة بأحوال الفلاحين وطرق معيشتهم وأسلوب تفكيرهم.

ولا تقتصر أهمية دراسة الفلاحين على ما تقدم ذكره. فمن المعلوم أن أهمية - التي هي أحد المعوقات الرئيسية للتنمية - تنعكس بدرجة كبيرة بين معظم الفلاحين وعلى الأخص في الدول النامية مما يشكل عقبة كبرى في سبيل توصيل المعلومات إليهم. فاللغة التي يتعرضون لها، عادةً، أعلى من مستوى إدراكهم وهو ما يربط لهذا هذا الاتصال الهام. يضاف إلى هذا بأنه لا توجد دراسات كافية من احتياجات الفلاحين. حيث أن معظم الاتصال يأتي في اتجاه واحد من الحكومة إلى الفلاحين أي من أعلى التنظيم في الدولة إلى أدناه. وقد يمرّال ذلك من الممارسات التي تبذل لرفع مستوى معيشتهم واستخدام وسائل التقدم العلمي والتكنولوجي في مجتمعهم وعلى طرائق عملهم.

ومن مظهر فإنه من المعلوم أنها كانت أساسا بلد زراعي تحول النشاط الرئيسي فيها تحولاً طموحاً إلى الصناعة.

ولكن يهم أن نسأل: هل حققت الزراعة في مصر أهدافها كتوفير كلفة المواد الغذائية اللازمة للاستهلاك المحلي والتحسين للخارج بما يؤدي إلى تحقيق عائداً كافياً من العملات الحرة ؟ في الحقيقة يمكن القول بأن الزراعة في مصر لم تحقق بعض أهدافها لأسباب متعددة. منها مثلاً، أننا نواجه حديداً من المشاكل الهامة تعاني منها منذ سنوات يمكن أن نضعها في الصيغة العامة التالية:

٦٦/٦٥ بنسبة ٢٠٪ انخفضت إلى ١٦٪ من سنة ١٩٨٢:٧٩. وعلى العكس من ذلك، زادت مساهمة القطاع الصناعي في الناتج القومي من ٢٠٪ سنة ١٩٧٧ إلى ٢٨٪ سنة ١٩٨٢/٨١<sup>(١)</sup>. ويأتي انخفاض الناتج الزراعي في الوقت الذي تتوافر فيه عوامل الإنتاج بكفاءة ووفرة مثل تربة خصبة ومناخ مناسب وود عاملة ماهرة.

ورغم هذا فمن المعروف أن الأراضي المزروعة في مصر بمساواة بقا النيلية يتمركز فيها معظم السكان بما قد يصل إلى ٥. ٢٪ تقريباً من مساحة البلاد. وبالرغم من أنه أمكن منذ عام ١٩٥٢ وحتى عام ١٩٨٢ استصلاح ما يزيد على مليون فدان<sup>(٢)</sup> إلا أنه مازال هناك جزء كبير يجب استصلاحه، ونظراً لأهمية الأرض الزراعية وبالتالي أهمية متابعة الفلاح والعمل على حل مشاكله، فإن الرئيس السادات رحمه الله كان يهتم الشعب دائماً ويصغر إلى زيادة الإنتاج الزراعي، كما كان يقوم بزيارات متعددة لأراضي مزرعية، أو تحت الامتزرع، متفرقة في أنحاء جمهورية مصر لتحقيق هذا الغرض. وعندما تولى الرئيس مبارك حكم مصر لم يدع فرصة لزيارة قرية أو مصنعاً ريفياً إلا واغتمها، مؤكداً أهمية تنمية موارد الدولة من الزراعة.

وعلى ذلك فإن التنمية الزراعية، كجزء من التنمية القومية، أمر حيوي وهام لزيادة الدخل القومي والناتج القومي وتحسينه، وهو ما سبق توضيحه.

والتنمية، في رأي علماء علم الاتصال ترتبط بالتغيير، بمعنى أنه كلما استطعنا تغيير اتجاهات وسلوك الأفراد (التقليديين) إلى أسلوب مصري في الحياة كلما كانت عملية التنمية ممكنة. ولا بد أن يقتنع الناس بهذا التغيير ويتقبلوه حينئذ يمكن أن يتم في مصر وسهولة ويأتي ثماره المنتظرة.

(1) Central Agency for Public Mobilization and Statistics, Statistical Year Book, 1984, Op. Cit., P. 260.

(2) Central Agency for Public Mobilization and Statistics, Statistical Year Book, 1984, op. cit., p. 77.

هذا وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً ورئيسياً في عملية التغيير الاجتماعي وبالتالي في التنمية الاجتماعية. ولهذا فإن هذه الوسائل يمكن أن تعتبر جزءاً من المجتمع المصري حيث ترتبط بأعمال المؤسسات الاجتماعية والأنشطة المتعلقة بالاقتصاد السياسي والأديان والتطعيم والتعزير، وغيرها.

ونظراً لأهمية التنمية الاجتماعية كما ذكرنا ولأهمية البحث والدراسة على مجتمع القرية ولقلة الأبحاث الطوعية والميدانية المصرية المنشورة في هذا المجال، فقد رأينا أن نقوم بدراسة هذه من دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي. وستعرض فيها - ضمن ما ستعرض إليه - إلى دراسة حياة المجتمع القروي كالمزطبيعي يضمن الشوخ فيه عندما تتكلم عن أدوار وسائل الإعلام. وستعرض كذلك في دراستنا إلى مشكلتين رئيسيتين من المشاكل التي تواجهها مصر وهما مشكلتي تضخم السكان والامية وذلك من خلال دراسة ميدانية لنتائج حملتي تنظيم الأسرة وهو الأمية في قرية اختيرت لهذا الغرض وهي قرية قها والتي أصبحت فيما بعد مدينة .

ورغم أن هدفنا من الدراسة هو معرفة دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية بصفة أساسية الا أننا ستعرض أيضا إلى دور الاتصال المباشر بفيه اكتمال العرض ووضح الصورة.

وفي بحثنا عن دور وسائل الإعلام سنتناول الوسائل الرئيسية منها، والتي تشكل الجانب القوي في نشر المطومات والمعرفة في القرية والتي تتوافر فيها بصفة دائمة ومستمرة ويمكن أن تصل إلى جميع سكانها، وهي أساساً الإذاعة والتليفزيون والصحف. وبالتالي فإننا سنستبعد من الدراسة السينما (الفيلم) والكتاب لقلّة دوريهما في مجتمع القرية بالمقارنة لأدوار للوسائل الثلاث الأولى.

وهما لا شك فيه أن صلاح مجتمع القرية المصرية قد تغيرت في السنوات الأخيرة تغييرات جوهرية كبيرة حيث تم تطبيق قوانين الإصلاح الزراعي بنجاح وحيث أنشئت جمعيات زراعية، وتبعته نظم الائتمان الزراعي والتسويق التعاوني،

كما أخذ بسببها تكافؤ الفرص في التعليم وفي الوظائف وفي الخدمات علوة على المحاولات المتكررة لمنع هذا المجتمع اقرا مناسبة من المعرفة والثقافة بما يمكن من القضاء على الأمية المتفشية فيه وحتى يمكن أن يفتح على مجتمع يتمتع عنه بدرجة أكبر من العصرية ومنظم عنه تكنولوجيا.

ورغم المحاولات التي تبذل والتجاهلات التي تتحقق إلا أنه - على ضوء البيانات القليلة المتاحة - فإن تغيير ملامح مجتمع القرية لم يتم إلى الدرجة التي تحقق الأهداف المرجوة.

ولهذا فإننا نهدف من دراستنا أيضا توفير معلومات حقيقية عن مجتمع القرية المصرية وعن دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية بما يمكن أن تلعبه المدارس في هذا الميدان.

وبهم أن نوضح هنا أن الحكومة المصرية تتفق ملامح الجنيهات في سبيل زيادة الانتاجية الزراعية باستخدام الأساليب الحديثة ومن ضمنها الاستفادة من فاعلية وسائل الاعلام. وتتلق الكثير أيضا على مشروعات متعددة بفرض بلع حيلة التنمية إلى الأسام مثل زيادة رقعة الأرضي للزراعة بالتوسع في تطبيق سياسة ملكية الفلاح للأرض وتمويل بعض جوانب الانتاج الزراعي والتعاوني ومحاولة وقف تزايد السكان بالدراسة العلمية من خلال مشروعات تنظيم الأسرة. وهو الأمية مثلا بمساعدة كافة أجهزة وهيئات الدولة.

هذا ونأمل أن تتميز الدراسة بهذا الكتاب بالخاصية الشاملة ذلك أننا نتناول النظريات العلمية في دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية كما نتناول أيضا الجوانب الميدانية لهذه النظريات العلمية. وترتيبنا على ذلك فإن دراستنا هنا قد تهتلى باهتمام، وتحصل بعمله معظم المؤسسات والهيئات العلمية الحكومية، والخاصة في مصر.

وبهم الإشارة هنا إلى أن لوسائل الاتصال وثلاث بالنسبة للتغييرات التي تحدث في التنمية الاجتماعية:

١ - توفير المعلومات بشأن التنمية القومية وتركيز الانتباه على الحاجة إلى التغيير واستخدام الفرص الداعية إليه وإثارة الطموح. وتتولى وسائل الاعلام هذه المهام بصورة مباشرة.

٢- اتخاذ القرارات. يجب أن يتسع الحوار بحيث يشمل كل من ينبغي عليه اتخاذ قرارا بالتغيير ويجب أن تعطى الفرصة للقيادات لكي تقوم وتسمع أصوات الجماهير العاملة. كما يجب أن تتفتح قضايا التغيير وأن تناقش البديل. وفي استطاعة وسائل الاعلام أن تساعد فقط في القيام بهذه المجموعة من المهام.

٣- تعليم المهارات. حيث يجب أن يتعلم الكبار القراءة ويجب تعليم الفلاحين أصول الزراعة الحديثة وتعليم الأطفال وتدريب المهندسين والأطباء والمدرسين وتعليم العمال المهارات الفنية. وعلى الناس أن يتعلموا بصفة عامة كيف يظلوا كثرًا. ويمكن لوسائل الاعلام أن تتولى هذه المهام بالتعاون مع الاتصال المباشر. حيث نرى مثلاً أنه يمكن لوسائل الاعلام أن تسد النقص في عدد المدرسين بأن تساعد في التعليم مع مدرسي الفصول الدراسية.

إذن فإنه في مجال التنمية الاجتماعية هناك مهام تستطيع وسائل الاعلام القيام بها مباشرة وهناك مهام تستطيع المساعدة فيها. وعلى هذا فإننا نعرض الفروض التالية.

### الافتراض الأول :

إن مدى تعرض الفرد لوسائل الاعلام يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال كما يتحدد جزئياً ببعض الخصائص الشخصية له.

### الافتراض الثاني :

(١) قد تكون هناك علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام من ناحية ومعرفة للوسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى.

(ب) قد يتصل التعرض لوسائل الاعلام بمعرفة مشكلات محددة عن التنمية كالانحار وإعادة فتح قناة السويس.

(ج) قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أرائه.

### الافتراض الثالث :

في صلية اتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة تكون وسائل الاعلام أهم نسبيا في وظيفة المعرفة بينما تكون قنوات الاتصال للبائس أهم نسبيا في وظيفة الاقتناع.

### الافتراض الرابع :

تستطيع وسائل الاعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا في حملة معرو الأمية ويتوقف ذلك كثيرا على متطلبات الفرد.

و قبل أن نقدم عرضا للتدابير والفصول بهذا الكتاب يهم الإشارة إلى الأسباب التي دفعتنا إلى تركيز دراستنا الميدانية على قها التي تعتبر بحق إحدى القوى التمركزية التي تصلح لدراسة دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية. حيث يمكن أن نقول عنها أنها قرية عصرية أو مدينة تطبيقية تتمتع بخصائص تجعلها متميزة عن غيرها من القرى. فهي تتميز، مثلا، بوجود الصناعات التكنولوجية المتقدمة متمثلة في صناعة الأغذية المجهزة والصناعات الحربية والمنسوجة. كما توجد فيها أراضي زراعية يمتلكها بعض من أهلها يستخدمون فيها الميكنة الزراعية. كما أنه مقام بها مباني حديثة وطرق مبهدة وينعم بعض سكانها بمستوى معيشة مرتفع. بالإضافة إلى أنه تتوافر بها وسائل الاعلام من راديو وتليفزيون ومصحف بدرجة لا بأس بها. كما تتميز أيضاً بقربها من القاهرة فهي تبعد عنها حوالي ٢٥ كيلو متر وتقع على الطريق الزراعي بين مصر والاسكندرية مما يسهل عملية الوصول إليها يوميا لاجراء الدراسات المطلوبة وبما يقلل تكاليف البحث ويساعد على إتمامه على أحسن وجه. ومن ناحية أخرى، فإنه على النقيض مما

تقدم، تتميز بها بوجود صناعات تقليدية كصناعة السجاد والكليم التي تستخدم فيها الأساليب التقليدية في الإنتاج وتوجد فيها ملكيات زراعية صغيرة تستخدم فيها وسائل الإنتاج الزراعي البدائية. كما يسكن بعض الأهالي فيها منازل تقليدية ومستوى معيشتهم منخفض نسبياً. كما يوجد فيها طرق غير مهيئة .

وعلى هذا فيمكن أن نقول أن قها تتمتع بالمصرية المتوفرة - إلى حد ما - بالمعنى الكبيرة كما أنها تتميز بوجود التقاليد البدائية التي تتوافر لدى بعض الأسر التقليدية في القرى وعلى المدن على حد سواء ومن ثم يمكن أن نقول أنها تشبه مدينة صغيرة تصلح لأغراض دراستنا هنا. وقد يكون ذلك أحد الأسباب التي دفعت الحكومة إلى إصدار قرار بتحويل قها من قرية إلى مدينة إعتباراً من مارس ١٩٧٥، أي إنشاء لفترة بلديتها الميدانية عليها، ورغم أن هذا التحويل مشتمل بالشكل الإداري لقها ومن حيث التبعية الإدارية لها، إلا أنه يمكن أن يثير على بعض العادات والاتجاهات فيها.

هذا وستقدم دراستنا بهذا الكتاب في بابين رئيسيين وأثنى عشر فصلاً وخاتمة.

وسنعرض في الباب الأول للدراسات النظرية في الاتصال الإنساني وفي التعبير الاجتماعي وأنوار وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية، وسنتناول أيضاً التنمية الريفية وأبحاثاً ميدانية عنها. وسنتناول في الباب الثاني خطة الدراسة والإجراءات التي تمت في شلتها ومطومات عن قها. وسنعرض إلى الدراسة الميدانية وتحليل بياناتها بفرض تحقيق الافتراضات التي وضعناها. ثم نعرض في النهاية إلى الخاتمة. وبهم أن نوضح أن هذه الدراسة قد استغرقت حوالي ثلاث سنوات منذ عام ١٩٧٤ وقد حصلت الموافقة بها على درجة الدكتوراه التي أجهزت من كلية الإعلام جامعة القاهرة في ديسمبر ١٩٧٦. ثم أضيفت إليها بعد ذلك الموضوعات الهامة والإحصائيات الأخيرة، حتى تصبح كتاباً جامعياً، وكتاباً قد يهم المعنيين بهذا الموضوع على حد سواء.



وقبل أن نختم هذه المقعدة لرجو من الله أن أكون قد ولّفت في اختيار موضوع وأهداف هذه الدراسة ونجحت في الوصول إلى تلك الأهداف باستخدام كافة الأساليب المتاحة، وأتمنى أن أكون قد أضفت بهذا الجهد المتواضع جديداً إلى الدراسات والأبحاث التي أجريت في هذا المجال. دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي، وأمل أن تساعد - ما أمكن - على فهم مجتمع القرية وأن تساهم في توضيح الرؤية حول الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في مشكلتي تخلف السكان والأمية التي تعاني منهما بلدنا منذ سنوات طويلة بما يؤدي إلى حل مشاكل المجتمع الريفي وما يساعد على دفع عجلة التنمية وإنعاش إقتصادنا القومي مما يرفع من شأن بلدنا العزيز مصر.

ولا يسعني في النهاية إلا أن أتوجه بخالص شكرى وحظيم إمتنانى لكل من قدم لنا يد العون والمساعدة لتمام أعمالنا. فلم ينخر الأستاذ الدكتور محمود نجيب أبو الليل رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة - أنذاك - جهداً في توجيه النصيحة والمشورة لحل للمشاكل التي قابلتنا أثناء الدراسة وكان معنا قريبا لنا على إتمامها على الوجه الذي ارتضيناه والذي يتناسب وأحدة التي قضيت فيها بما نأمل معه أن تكون ذات فائدة للمهتمين بحل مشاكلنا. كما نتوجه بالشكر المصيق أيضاً للسيد الأستاذ سعد الدين وهبه وكيل أول وزارة الثقافة على مساعدته القيمة في الحصول على كافة البيانات التي طلبناها من قها وإلى الأهل والسادة أعضاء مجلس الشعب ورئيس المجلس المحلي والمسؤولين في شركة النصر للأخية المسلوطة قها، وجميع العاملين في الشركات والوحدات التي أرتها في قها. ولا ننسى فضل السيد الأستاذ يوسف السيامي وزير الثقافة السابق - رحمه الله - بمناقشات البناء وطمه الفزير وكتاباتك الرائدة.

والله أعلم

الرائدة



# الباب الأول

## الدراسات النظرية



## تمهيد

تتناول في هذا الباب النظريات والآراء العلمية في دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية حيث تعرض لعملية الاتصال والتغيير الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في هذا اللون من التغيير مع التركيز على التنمية الريفية. كما تعرض لبعض البحوث التي أجريت في هذا الميدان لإعطاء صورة واضحة لما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية. ونبين في الفصل الأول مفهوم الاتصال وعمليته والعناصر الأساسية في هذه العملية. ومختلف التأثيرات التي تحدثها هذه العناصر على الاتصال والمشكلات التي تواجه الاتصال. وفي كل هذه المجالات نميز دائماً بين الاتصال الإعلامي والاتصال الشخصي ونبين دور كل منهما في تنمية التنمية. وتتناول في فصلين جديدين : الثاني والثالث قيادة الرأي في الريف المصري والتأثير في نظريات الاتصال.

ونوضح في الفصل الرابع معنى التغيير الاجتماعي. ونعرض بعض النظريات الكلاسيكية والحديثة التي تتناول التغيير الاجتماعي. ونحاول الإشارة إلى الاتجاهات المختلفة التي تبص في هذا الموضوع. كما نبين الفئات التي تتأثر بالتغيير الاجتماعي مع التركيز على مستوياته والفرق بين مفهوم التنمية والعصرية.

وفي الفصل الخامس نحاول الربط بين ما تعرضنا له في الفصلين السابقين حيث نوضح الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال الإعلامي في خدمة التنمية الاجتماعية مع التركيز على إبراز أهداف وظائف وسائل الإعلام في المجتمع. ونظراً لأننا نتناول في هذا الكتاب التنمية الريفية بصفة أساسية فإننا نتناولها بالشرح في الفصل السادس مع التركيز على العلاقات بين الريف والحضر. ونحاول معرفة من هو الفلاح. كما نشير إلى متغيرات التنمية والعوامل التي تلعب في طريقها.

وبعد أن عرضنا بعض المفاهيم الأساسية للإتصال وتناولنا التغيير الاجتماعي وربطنا بينهما ولوقضنا التنمية الريفية باعتبارها محور اهتمامنا، نعرض في الفصل السابع البحوث وميكانيكية أدائها وبحوث أجريت في الدول النامية بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة عن دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في الريف، كما نلقي الضوء على أهم نتائجها. وقد أعددنا في هذا الجانب العلمي من بحثنا ليمهد الطريق إلى الجانب العملي الذي نتناوله في الباب الثاني .

## الفصل الأول

### طبيعة الاتصال الانساني

الاتصال من شأنه أن ينشر المعرفة وينمّيها - والمعرفة هي أهم ما تحتاج إليه الدول النامية، ومن ثم كان الاتصال من أهم العوامل في عملية التطور نحو المصيرية، ولكن ماهو المقصود بكلمة إتصال؟...

إن الاتصال "Communication" كلمة مشتقة من كلمة "Communis" اللاتينية ومعناها الشيء المشترك ونحن حين نقوم بعملية الاتصال إنما نحاول أن نوجد نوعاً من المشاركة مع شخص آخر، أي أننا نحاول أن نشاركه في المعلومات أو الفكر في الاتجاهات<sup>(١)</sup>.

ويتضمن الاتصال كل الوسائل الخاصة بنشر المعرفة والأفكار والاتجاهات من وسائل توصيل الأخبار كالصحيفة والراديو والتلفزيون إلى التبادل اليومي للأخبار والشائعات في سوق القرية مثلاً. والاتصال إتجاهات متعددة ذلك أنه يعني بتوصيل الأفكار الأساسية إلى أجهزة الحكم المحلي وإلى الحكومة المركزية على السواء. أما التغيير والنمو فإنهما يحدثان فقط برضاء هؤلاء الذين يتأثر فيهم التغيير. وهذا المستوى نجد أن الاتصال والتغيير يعتمد كل منهما على الآخر تمام الاعتماد.

ويمكننا القول أنه لكي نجني ثمار التغيير فإنه يجب أن يكون لدى الفرد إحساس وحاجة إلى التغيير، ومن ثم نص هذه الحاجة فإن التغيير يأتي سريعاً ويختل يزداد الاتصال<sup>(٢)</sup>.

---

(1) Wilbur Schramm, The Process and Effect of Mass Communication. Urbana. University of Illinois Press 1971, p.3.

(2) Daniel Lerner, and Wilbur Schramm, Communication and Change in the Developing Countries, Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.

## تعريف الاتصال

يمكن أن نعرف الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والآراء والاتجاهات (وهي الصور التي كونها لأنفسنا) من المصدر (وهو أساس الرسالة) إلى المستقبل وذلك بغرض التأثير عليه بهدف ما (١).

ويعرف شرام "Schramm" الاتصال بأنه الأداة التي تجعل للمجتمعات ممكنة وهو بطبيعته يميز بين المجتمع الإنساني وغيره من المجتمعات (٢).

ويصف كولي "Cooley" الاتصال بأنه الميكانيكية التي تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتنمو أو بكلمات أخرى هو جميع رموز العقل مع رسائل نقلها عبر الفضاء وحفظها خلال الزمن (٣).

ويعرف كار و زملائه الاتصال بأنه جميع العمليات المخططة وغير المخططة التي يستطيع من خلالها فرد ما أن يؤثر على سلوك الآخرين... ومن وجهة النظر هذه يمكن القول أن الاتصال هو علم التفاعل بين الأفراد الذي يأتى بنتائج سلوكية.

(1) See Everett Rogers and Floyd Shoemaker, *Communication of Innovation - A cross cultural Approach*, New York: Free press 1971 pp. 22-23.

(2) Wilbur Schramm, *The Science of Human Communication*, New York, Basic Books 1963 pp. 41-42.

(3) Nathan Maccoby "The New Scientific Rhetoric" in Wilbur Schramm, *The Science of Human Communication*, New York, Basic Books 1963 pp. 41-42.

Everett Rogers, *Communication Strategies for Family Planning*, New York, the Free press, 1973p. 43.

Edwin Emory, Philip Aslt and Warren Agos, *Introduction to Mass Communication*, New York, David Mead and Company 1970 p.5.

David Berlo, *The Process of Communication*, New York: Holt, Rinehart and Winston 1960. p.12.

(2) Wilbur Schramm, *Men, Messages and media*, New York, Harper and Row Publisher 1973 p.2.

(3) Charles Cooley, *Social Organization*, New York: Charles Scribner's Sons, 1909 p. 61.



ويحتوي الاتصال المخطط إذن على جميع التدخلات المقصودة والتي يقصد بها تحقيق تغييرات محددة في السلوك المعلن والكامن "Overt and covert behavior" المستقل. ولكن يكون هذا التدخل في السلوك فعالاً فإنه يجب أن يبدأ بلهم تام للعوامل التي تحدد ذلك السلوك.

ومن هنا نرى عملية تخطيط وتنفيذ تنبئ إلى حد ما تلك الخطوات التي تتخذ في العلاج الطبي حيث يبدأ الطبيب بتشخيص المرض قبل إعطاء العلاج الفعال<sup>(١)</sup>.

ويعتقد هؤلاء المؤلفون أيضاً أن أية عملية تهدف إلى تغيير السلوك من طريق التدخل المخطط يجب أن تبدأ بالخطوات التالية:

(أ) الفهم العميق للعوامل المسببة أو المحفزة للسلوك.

(ب) تحديد أي من العوامل المسببة التي يمكن أن تخضع للتغيير من طريق تدخل الاتصال.

(ج) تقييم دقيق لمعرفة أي من الأنواع المختلفة للتدخل هي التي يمكن أن تكون أكثر فاعلية وتأثيراً<sup>(٢)</sup>.

إن دراسة الاتصال تدور حول تبادل المعلومات، والتطعيم وخلق الاتجاه والتغيير وتغيير السلوك مع التركيز على الرسالة المشتركة بين المصدر والمتلقي. وهكذا لا توجد وسيلة لفهم عملية التغيير لا تضع الاتصال في اعتبارها<sup>(٣)</sup>.

وإنك فنحن حين ندرس الاتصال فإننا ندرس الناس وعلاقاتهم ببعضهم البعض كما ندرس تجمعاتهم وتنظيماتهم ومجتمعاتهم وندرس كيف يؤثر الإنسان

---

(1) Soebender Kar, Diane Derogone and Barbara Kar, Communication Research in Family Planning Paris, UNESCO, No.2, 1975 p.5

(2) Kar, 1975, op. cit., p.6

(3) Rogers, 1973, op. cit., p. 44

في غيره، وكيف يتأثر بغيره، وكيف يعطى المعلومات وكيف ينقل المعلومات، وكيف يعلم الناس وكيف ينظم منهم، ولكي نطهر الاتصال الإنساني يجب أن نطهر كيف تقوم العلاقة بين الناس بعضهم البعض<sup>(١)</sup>.

## عملية الاتصال

نوه أن نؤكد أن الاتصال هو عملية "Process" وأنه مستمر عبر الزمان، وليس له نهاية أو بداية. والاتصال مثله مثل بعض العمليات الأخرى، ظاهرة مستمرة أي أنه مثل النهر عبر الزمن. ويقول روجرز أنه مثل التجربة لا نهاية لها، لأنه يلها دائماً شيء ما<sup>(٢)</sup>. ولكي نوضح هذه الصورة فإننا نرى أنه من الأفضل أن نحدد الحركة في هذا الفيلم المستمر بحيث نبرز بعض عناصر عملية الاتصال ويمكن أنذاك أن نرى العناصر التي توجد - عادة - وبصفة أساسية في أي حدث اتصالي وهي المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والتأثير.

والاتصال عملية ديناميكية متغيرة وتحتوي على عناصر متعددة، وهي عملية معقدة. فإذا قلنا أنها عملية تتم في نموذج خطي مستقيم "Linear" من المصدر إلى المستقبل<sup>(٣)</sup> - أي من اليمين إلى اليسار إذا رسمناها بيانياً - فإن ذلك يعني تبسيط كبير للأمور. ويمكن تطبيقه عملية الاتصال وهي نقل رسالة من مكان ما وإعادة تقديمها في مكان آخر بما تقوم به شركة تليفونات. فالمركبة تقوم بعملية نفسية معقدة وصعبة في حين أن المشترك - أو العميل - يجري اتصالاً تليفونياً لا يكلفه أي مشقة ويرون تعقيد.

(1) Schramm, 1973, op. cit., p. 3

(2) - Rogers, 1973 op. cit. p. 44

- Berlo, 1960 op. cit., pp. 23-25.

- Schramm, 1973 op. cit., p. 38.

(3) Juan Diaz Bordaberry, New Approaches to Communication Training for Developing Countries. Louisiana, Baton Rouge, 1972.

هذا وأن نظرية الانتقال من النماذج الخطية المستقيمة إلى النظم "Systems" ترجع إلى الستينيات. وإلى نفس هذا الوقت بدأت معظم العلوم الاجتماعية تنظر للاتصال على أنه نظام للتفاعل في السلوك الإنساني<sup>(١)</sup>.

ومن ناحية أخرى فإن النماذج المستقيمة تعني مفهوماً ميكانيكياً للاتصال. وهو مفهوم من شأنه أن يساعد على الفهم ليساطته وإن كان بعيداً عن الواقع، ذلك أن النموذج الخطي المستقيم قد يعنى رؤية أو توقراطية أي ذات نظرة من جانب واحد للعلاقات الإنسانية. وهي بهذا تعنى مصدراً قوياً ونشاطاً أمام مستقبل سلبي، كما تعنى إمكان وجود علاقة رأسية "Vertical relationship" يعمل فيها المصدر على توجيه سلوك المستقبل أو السيطرة عليه<sup>(٢)</sup>. ولذلك يصبح الاتصال مجرد أداة خاصة لتوجيه المستقبل بواسطة المصدر.

### العناصر الرئيسية في عملية الاتصال

يمكن القول بمصفة عامة أن عملية الاتصال تتكون من ستة عناصر<sup>(٣)</sup> هي: المصدر، الرسالة، الوسيلة الإعلامية، المستقبل، التقبيل، رد الفعل ولا تختلف

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 45.

(2) Luis Ramiro Berio, "La Problemática de la Comunicación para el Desarrollo Rural en América Latina" - paper, presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Aires, 1972.

(3) Rogers, 1973, op. Cit., p. 45.

(4) See Berio, 1960 op. cit., p. 73

B. Westley and M. Maclean, - "A Conceptual Model for communication Research", - *Journalism Quarterly*, 1957, 34pp.

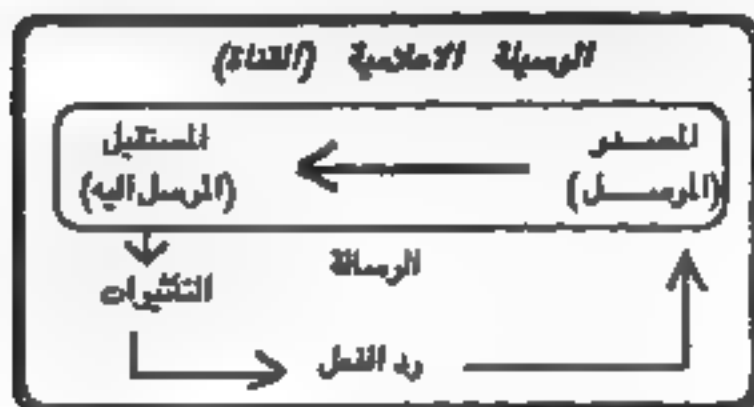
31-38.

Rogers, 1973, op. cit., p. 45

- Harold Lasswell, - "The Structure and Function of Communication in Society" in Wilbur Schramm, and Donald Roberts (eds) *The Process and Effects of mass Communication*, Urbana, University of Illinois press, 1971., pp. 84-94.

- Emery, 1970 op. cit., pp. 7-9.

عملية الاتصال المباشر بين الأفراد "Interpersonal" منها بالنسبة للاتصال الجماهيري "Mass communication" وأيضاً فيما يتعلق بسلوكيات الاتصال فهي واحدة في كليهما.



شكل رقم ٢ العناصر الرئيسية في عملية الاتصال

#### ١- المصدر "source"

المصدر هو منفي الرسالة. وقد يكون فرداً أو عدة أفراد يعملون معاً، مثل فريق الأطباء في المستشفى، وقد يكون المصدر أيضاً معهداً، أو مؤسسة، أو جامعة مجتمع، أو مريض، أو أطباء ممارسين، أو اصطفاء أو اقارب. وهناك على الأقل ثلاث عوامل عامة يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند اختيار أو تقييم المصدر. وهذه العوامل هي:

- الثقة في المصدر .
- مدى الاستمرار في تغيير الاتجاه مع مضي الوقت (نظراً لارتباطه بالثقة في المصدر) .
- نوع المصدر المستخدم (رسمي أو غير رسمي).

- Claude Shannon and Warren Weaver, The Mathematical Theory of Communication Urbana, University of Illinois Press, 1949.  
- Melvin De Fleur, Theories of Mass Communication, New York, David Mc. Kay Company, 1975, p. 94.

## الثقة في المصدر "Source Credibility":

اكتشف هوفلاند وهايس "Hovland and Weiss" <sup>(١)</sup> وكلمان وهورلاند "Kelman and Hovland" <sup>(٢)</sup> في دراساتهم (تجربتهم) عن مصدر يعتقد به ومصدر الثقة فيه قيلة "High and low credibility sources" أن الأشخاص يحصلون على نفس القدر من المعلومات بغض النظر عن قيمة المصدر والثقة فيه. ومع ذلك فقد كان حكم الأشخاص على العروض المتعلقة حكماً مختلفاً اعتماداً على مدى تقييمهم للمصدر.

ونلاحظ أن التغيير في الاتجاه الذي يتطلبه القائم بالاتصال إذا ما تم قياسه بعد التعرض مباشرة يكون أقل نسبياً عندما تكون اتصالات من مصدر لا يعتقد به وذلك إذا ما قورنت بمصادر يوثق بها بدرجة عالية وتؤثر على فاعلية الاتصال. وتوضح هذه الدراسات أن العدالة الواحية أو الأمانة المبركة مظهر هام من مظاهر الثقة في المصدر.

كما أن القصد الواحي للمصدر عامل آخر من العوامل التي لها صلة بالثقة في المصدر فهو ذو أهمية بالغة في نشر الأفكار المستحبة.

وتمتد دراسة روستر ويستجر ببعض المعلومات غير المباشرة من هذا الموضوع تتبين منها أن الاتصالات التي تنطق بأمر بالغة الأهمية إذا ما نقلت إلى أشخاص دون طعمهم المسبق بها - أي مصداقية - فإنها تحدث تغييراً أكثر في

---

(1) Carl Hovland and Walter Weiss, - "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness", - Public Opinion Quarterly, Vol. 15, 1951, pp. 635- 650.

(2) Herbert Kelman and Carl Hovland, - "Reinstatement of the Communicator in Delayed Measurement of Opinion Change", - Journal of Abnormal and Social Psychology Vol. 48, 1953 pp. 327-385.

إتجاهاتهم مما لم كان هؤلاء الأشخاص على علم بأن هذه الاتصالات وقد خطط لها  
تخطيطاً دقيقاً لكي تؤثر على اتجاهاتهم وآرائهم<sup>(١)</sup>.

وبينما نرى فليس، وفلين "Weiss and Fine" يؤيدان الرأي القائل بأن  
التعهد المخطط المصدر أهل الثقة أقل أهمية من العدالة في عرض الموضوع، إلا  
أنه من واجب الفرد ألا يقلل من أهمية ذلك التعهد المخطط (المذكر) المصدر في نشر  
الأفكار المستحثة، مثل تنظيم الأمور، والمبينة الزراعية<sup>(٢)</sup>.

**مدى استمرار الاتجاه لارتباطه بالثقة في المصدر :**

بناء على دراسات سابقة لهوفلاند "Hovland" أجرى لومسدين وهيفلاند،  
وهوفلاند، وفليس "Lumsdaine and Sheffield, Hovland and Weiss" تجارب لاختبار ما عرف فيها بعد على أنه التأثير النائم "Sleeper effect" لقد كشفت  
هذه الدراسات أن تغيير اتجاهات الأفراد كما أوصى به القائم بالاتصال تكون أكبر  
بعد انقضاء فترة زمنية على الاتصال مما لو كانت بعد الاتصال مباشرة<sup>(٣)</sup>.

ولقد اختبر هوفلاند، وفليس "Hovland and Weiss" في دراستهما،  
هذه الظاهرة (التأثير النائم) باستخدام كل من مصدر الثقة فيه كبيرة (مصدر يمتد  
به) ومصدر الثقة فيه قليلة (مصدر لا يمتد به). وأوضحت نتائج إجابات المجموعتين  
أنه ليس هناك اختلاف معنوي في مقدار المطومات الواقعية التي حصل عليها  
المستقبل بعد العرض مباشرة. بغض النظر عما إذا كانت مادة الخبر صائبة من  
مصدر الثقة فيه كبيرة أو مصدر الثقة فيه قليلة. ومن ناحية أخرى كان المستقبل يغير

(1) Elaine Walster and Leon Festinger, "The Effectiveness of Overheard Persuasive Communications", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 65, 1962 pp. 395 - 402.

(2) Walter Weiss, "The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 52, 1956 pp. 109-114.

(3) Carl Hovland, Arthur Lumsdaine and Fred Sheffield, *Experiments on Mass Communication*, Princeton University Press, 1949.

رأيه نحو الاتجاه المطلوب بشكل ملحوظ جداً كلما كانت المادة صادرة من مصدر الثقة فيه كبيرة، وذلك أكثر مما لو كانت صادرة من مصدر الثقة فيه قليلة، وأما في الحالات التي يتم فيها تذكر المادة فإنه لا توجد فروقاً معنوية بين الأشخاص الذين تعرضوا للمصادر التي يوثق فيها بدرجة عالية أو المصادر التي يوثق فيها بدرجة أقل<sup>(١)</sup>.

ومع ذلك فقد لوحظ بعد مضي أربعة أسابيع أن نسبة تغيير الرأي لدى من تعرضوا للمصدر الأكثر ثقة قد قلت. كما وجدنا، من ناحية أخرى، أن نسبة من غيرنا رأيهم ممن تعرضوا للمصدر الأقل ثقة قد ارتفعت، وهو ما سماه المؤلفان «التأثير النائم - Sleeper effect». وبكلمات أخرى فإن كلا من للتأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن الاتصال اتجهت إلى الاختفاء بعد عدة أسابيع.

وأضاف الباحثان التفسير التالي لظاهرة التأثير النائم: يتقرر التغيير في الرأي بكل من التطعيم والتقبل. ومن المعتقد أن الأفراد ربما يفكرون في بادئ الأمر في نوايا المصدر، وخاصة فإن الاتصال يهمل إذا لم يمكن هناك إيمان في أن المصدر أهل للثقة، ومن ثم فإنه في مثل هذه الحالات يمكن ألا يكون هناك تغيير في الرأي بصورة مباشرة من جانب الفرد. ومع ذلك فإنه بعد مضي فترة من الزمن يعمل الفرد إلى فصل المضمون عن مصدر الاتصال، ويصدق يمكن أن يتفكر ويقتبل ما وصل إليه من معلومات.

والحالة العرجة للتأثير النائم هي نسيان المصدر. ويفترض المؤلفان أنه ربما تكون هناك ظروف معينة يمكن أن تزيل التأثير النائم، فمثلاً يمكن تكبير المستقبل مرة أخرى بالمصدر. وقد تكون هناك ظروف أخرى مثل أن يكون المصدر والوضع الذي يليه على علاقة وثيقة حتى نوع المصدر أن نكر أحدهما يذكر بالآخر.

---

(1) Hovland and Weiss, 1951, op. cit.

## نوع المصدر :

يستخدم، عادة، في الاتصال نوعان من المصادر: مصدر رسمي ومصدر غير رسمي<sup>(١)</sup>. والمصدر الرسمي هو ذلك المصدر الذي يكون محمولا عن الجبارة بالاتصال بحكم دوره المحدد أو المعين أو يقتضيه مكانه الرسمي، مثل القائم بالاتصال في مجال الأفكار المستحقة لتنظيم الأسرة. وقد يكون المصدر الرسمي طبيياً أو ممرضاً أو قابلة أو عاملة في تنظيم الأسرة أو منظم جماعة أو وكلاء تجارياً أو مطلقاً أو واعثاً مبنياً.

والمصدر غير الرسمي، من ناحية أخرى، هو ذلك الذي يبانر بالاتصال أو يؤثر على اتجاهات أو آراء التغير خلال التفاعل الطبيعي من يوم إلى يوم بين الأفراد، فهذا المصدر إذن ليس مكلف للقيام بمثل هذا الدور. ويمكن إدراج الأصحاء والأقارب والهيئات وقادة الرأي تحت هذا النوع.

وكلا النوعين من المصادر يلعب دوراً هاماً في التأثير على تقبل الفرد، أو تبني أي فكرة مستحقة.

## ٢- الرسالة "Message"

الرسالة هي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وهي أساس عملية الاتصال كلها، وهي الفكرة التي تنقل إلى مستقبل الرسالة.

والمعاني "Meanings" هي مطومات (آراء ومصور وأفكار) يعبر عنها في شكل رموز.

وحتى يتم الاتصال ، لابد أن يكون لدى المصدر المستقبل درجة أو قليلة من الخبرات السابقة وأن يكون هناك مستوى ما من التشابه ومستوى من المعاني المشتركة. ويمكن القول أنه يصعب ، عادة ، وجود شخصان لهما بالضبط نفس الخبرات<sup>(٢)</sup> . ومن ثم ، فإن رموز الرسالة لها معاني مختلفة نوعاً ما منذ المستقبل

(1) Kar, 1975 op. cit., p. 26.

(2) Schuman, 1961, op. cit., p. 4.



والمنصير . وبغضلا عن هذا ، ويرجع الفضل في التوصل إلى كثير من الأحوال إلى  
تفترضات خاطئة من جانب المنصير والمستقبل حول مطابقة معنى الرمز التي  
يتبادلانها (١) .

والمعاني نسبية وذاتية.. وقد صحت هذه الحقيقة ببراو "Berlo" إلى أن يقول  
أن المعاني في الناس أصبحت في الرسالة (٢) . وقد قصد بذلك أن الكلمات لا معنى لها  
في حد ذاتها، وأن هذه المعاني لا يتركها إلا المنصير والمستقبل وحدهما .

والخضمون الرمزى للرسائل يحوى معلومات تعرف على أنها تغيير في احتمال  
أن يكون هناك لاختيار معين سيتم على موقف مطلوب.

وهناك خصائص متعددة للرسالة التي تؤثر في عملية الاتصال نذكر منها:

حجم الاتصال - تكرار الاتصال

### (أ) حجم الاتصال :

يعرف الاتصال أنه الحجم الإجمالى للمعلومات ومجال الخضمون الذى تغطيه  
هذه المعلومات. وحجم الاتصال الذى يتلقاه الفرد يمكن أن يؤثر على وقع اتصال ما  
عليه. هذا والمعلومات القليلة جداً قد لا تهيب على أجهزة المستقبل كما أنها من  
الممكن أن تؤثر على رفض علم مقترح. وعلى العكس من ذلك، فإن المعلومات الكثيرة  
قد لا تكون مترابطة بصورة كافية في الجهاز الإدراكي للمستقبل بل وقد تعمل على  
يلبته (٣).

(1) Berlo, 1960, op. cit., pp. 169-216.

Schramm, 1961, op. cit., p. 7.

(2) Berlo, 1960, op. cit., p. 214.

(3) Kar op. cit., 1975 p. 32.

وقد ألقى واضعوا نظريات التعلم بعض الضوء على مقدار المعلومات المحتجزة مع مضي الزمن<sup>(1)</sup>. وهناك تصميم يمكن أن يطرح وهو أن الأفراد يميلون إلى تسيان غالبية تفاصيل إتصال ما. والنتيجة الخالصة هي الاحتفاظ بقدر محدود من المعلومات التي تنظم في صورة قصيرة ومختصرة. ويؤكد لوابورت وپوستمان "Allport and Postman" في دراستهما أن هذه الموازنة "Leveling" لو اختصار التفاصيل هي من الناحية النفسية عملية مستهدفة وليست عملية عشوائية. وأما إذا كانت هناك أجزاء من اتصال معين تحظى باهتمام خاص عند فرد من الأفراد ويتفق مع توقعاته فإنها لا تخضع للموازنة أي أن الفرد يحصل منها على تفاصيل أكثر.

وبالإضافة إلى الموازنة تحدث أيضاً عملية التركيز (إبراز) "Sharpening" أو التأكيد الانتقائي على احتجاز عدد محدود من التفاصيل. وكما هو الحال مع الموازنة، فإن التركيز ليس بالعملية العشوائية أيضاً، فالكلمات أو العبارات غير العادية أو التي تسترعي الانتباه تميل إلى التركيز.

وفي عملية التركيز نجد أن ذكر الأرقام المتصلة بموضوع معين تجعلنا نتذكر مشعرون هذا الموضوع بتركيز ووضوح بدرجة أكبر فيما لو لم نذكرها.

إن عمليتي الموازنة والتركيز متخيرتان هامتان يلتران على الواقع النهائي لاتصال معين على مستقبل مستقبل تمام الاستقلال عن الدور الذي تلعبه الوسيلة سواء كانت هذه الوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أو من الاتصال المباشر بين الأفراد.

---

(1) - Gordon Allport and Leo Postman, *The Psychology of Rumor*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1947.

- Gordon Allport and Leo Postman, - "The basic psychology of Rumor" in Schudson, (ed) 1961, op. cit., pp. 141-155.

## (ب) تكرار الاتصال "Frequency of Communication":

إن التكرار الذي تعرض به رسالة معينة، أو نوع من الرسائل، يحدد أيضاً فعالية الاتصال، والمعتقد هو أن التكرار المكثف لرسالة معينة يعد أسلوباً فنياً (تكتيكياً) ناجحاً للإقناع في نظر كثير من خبراء الإعلانات<sup>(١)</sup>. ومع ذلك فإن «كلاين» يؤكد - كما نستخلص من تقديمه لعمليات الإقناع الأكثر نجاحاً - أن تكرار نفس الرسالة قد يؤثر فقط مسخط الجمهور، ولكن التكرار مع بعض التغيير في الرسالة يعتبر تكتيكاً أكثر فاعلية. وتغيير مضمون الرسالة يخضع الفرض في تدكرة المستقبل بالمرسوع العام الذي يمكن أن يمس احتياجات ورغبات الفرد التي تتفاعل داخلة<sup>(٢)</sup>. وباختصار فإن التعرض المتكرر للاتصالات المتنوعة يدعم الاتجاه نحو سلوك معين إلى من هم مهيلون لذلك الاتجاه.

## ٣ - الوسيلة : (القناة Channel)

ويمكن تعريف الوسيلة أو القناة بأنها الوسيلة التي تنقل خلالها رسالة ما من مصدر إلى مستقبل، وتخضع هذه الرسالة عادة لفتح:

(أ) الاتصال الجماعي.

(ب) الاتصال المباشر.

وسنحاول فيما يلي أن نبين المتغيرات الهامة في كل منها:

---

(1) Donald Cox, "Clues of Advertising Strategists," in Lewis Dexter and David White (eds) *People, Society and Mass Communication*, London, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 359 - 393.

(2) Joseph Klapper, "Mass Media and Persuasion", in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 289 - 320.

## أ- الاتصال الجماهيري *Mass Communication*

يهم أن نوضح أن الاتصال البشري بأكمله ليس هو مجال دراستنا فهو مجال واسع، إذ أنه يمتد ابتداءً من الأساليب التي تنقل بها الرسائل في المجتمعات البشرية بطريقة لولية متدرجة إلى أكثر الوسائل الإلكترونية تعقيداً. ومن ثم فإننا اخترنا جزءاً يسيراً - من الاتصال - له أهميته وهو الجزء المنطبق بالاتصال الجماهيري، وفقاً لما أوضحناه في أول الكتاب.

ويعرف الاتصال الجماهيري على أنه عملية يوجه من طريقها الاتصال في وقت واحد، إلى مجموعات واسعة وغير متجانسة من الناس وبشكل جماهيري.

وتوصف أية وسيلة إعلامية يمكن استخدامها مثل هذا الفرض بأنها وسيلة إتصال جماهيرية <sup>(1)</sup>. ومن بعض هذه الوسائل الراديو والتلفزيون والسينما والصحف والكتيبات والملصقات وغيرها من المطبوعات. وتبعاً لطبيعة هذه الوسائل الإعلامية فإنه كثيراً ما يشير إليها على أنها وسائل إعلامية ذات إتجاه واحد أي تؤدي الاتصال من جانب واحد.

وهناك شرط أساسي للتعرض للوسيلة الإعلامية هو ضرورة إتاحة "Availability" هذه الوسيلة الإعلامية <sup>(2)</sup>. وكما هو متوقع، يلاحظ أن أهم تركيز لوسائل الإعلام الجماهيرية يكون عادة لدى الدول الصناعية الأكثر تقدماً، وكذلك بين الطبقات الاجتماعية المعينة، ومن ثم، فإن الوسائل الإعلامية المختارة قد تحدد إلى حد كبير التعرض المحتمل وتوجه الرسالة. والافتقار النسبي لسهولة الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية في البلدان الأقل تقدماً وإلى الطبقات الاجتماعية غير المعينة، يخلق عقبة خطيرة في اتساع انتشار فاعلية استخدام هذه الوسائل الإعلامية.

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 7.

(2)- Schramm, 1961, op. cit., pp. 74-75.

- Elihu Katz, and Paul Lazarsfeld, *Personal Influence:*

*The Part Played by People in the Flow of Mass*

*Communication*, Glencoe Ill: The Free Press, 1955, op. cit., p. 21.

كذلك فإن معرفة القراءة والكتابة "Literacy" عامل هام أيضاً يؤثر على فاعلية استخدام بعض وسائل الإعلام الجماهيرية. هذا ويلاحظ أن نسبة معرفة القراءة والكتابة لدى كثير من شعوب العالم هي نسبة منخفضة بصورة ملموسة. وبغضل عن هذا فإن معرفة القراءة والكتابة تختلف اختلافاً بيناً وفقاً للطبقة الاجتماعية والجنس والعصر، ومحل الإقامة - الحضر أو الريف .

أما الاتصال المطبوع أو المكتوب فإن فائدته محدودة جداً في معظم المجتمعات الريفية في البلدان الأقل تقدماً (١).

وهناك متغير ثالث له خطورته يجب أن يؤخذ في الاعتبار وهو التعرض المتباين "Differential exposure" لكل وسيلة على حدة.

ومن بين مختلف الدراسات يبرز خط واحد هام هو أن الرايو يتجه إلى أن يكون له الربع الأكبر والنور الأكبر، خاصة في الضعف النامية. وغالباً ما تكون قراءة الصحف هي الوسيلة الإعلامية التي تلى الرايو من حيث سعة الانتشار، وأما الأفلام والكتب فيجئ ترتيبها، إلى حد ما بعدها (٢). وفي بعض البلدان الأقل نمواً يصبح التلفزيون ترويجياً وسيلة إعلامية قوية من وسائل الإعلام الجماهيرية، غير أن بعض الدول لا تملك أحياناً فعالية هذه الوسيلة في التنمية - وهذا مرده أساساً إلى قلة الدراسات الدقيقة في هذا المجال.

وهناك أنماط عامة أخرى جديرة بالملاحظة في هذا الصدد:

(أ) يتجه، عادة، استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية إلى الزيادة مع ازدياد التعليم والمالة الاقتصادية.

(ب) إن الشخص الذي يستخدم وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أكثر من المعتاد قد يستخدم وسائل الإعلام الأخرى فوق المعدل المعتاد أيضاً .

(1) Kar, 1975, op. cit., p 29.

(2) United Nations Statistical Yearbook 1976, New York: United Nations, 22nd Issue 1976, pp. 794-795 and pp. 802-806.

(ج) يتجه، عادة، استخدام الوسائل الإعلامية إلى الزيادة مع التقدم في العمر (على الأقل حتى بلوغ منتصف العمر). واستثناء من هذا التعميم هو التردد على دور السينما الذي قد يقل بعد سنوات البلوغ.

(د) سكان الحضر أكثر استخداماً للوسائل الإعلامية من نظائهم، في السن والتعليم والجنس، من سكان الريف<sup>(1)</sup>.

والمنافسة السابقة عن وجود وسيلة إعلامية، ومعرفة القراءة والكتابة، والتعرض المتعدد المتباين، والتنوع الواسع في استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، تدل على أهمية الانتقاء النقي للوسائل الإعلام الذي يجب أن يتم على ضوء معرفة لدور الوسائل الإعلامية المختلفة على التأثير على الجماهير المستهدفة.

### نظرية حارس البوابة "Gatekeeper"

يتألف الاتصال الجماهيري داخل المجتمع من شبكات متحدة وتسلطية طويلة من المرسلين والمستقبلين، وليست هناك خاصية أكثر تميزاً للاتصال المصري من تلك التسلسلات الطويلة - مثلاً التسلسلات أو الشبكات التي تأتي بالأنباء عبر العالم وهناك خاصية بالغة الأهمية تتميز بها هذه التسلسلات وهي أن كل شخص في هذا التسلسل باستثناء الأول والأخير هو حارس البوابة الإعلامية<sup>(2)</sup>. ولعل من استخدام هذا التعبير مورين "Lewin" الذي أسهم في علم النفس الاجتماعي<sup>(3)</sup>. وتعد وسائل الإعلام الجماهيرية من بين حراس البوابات الرئيسية في ممرات المعلومات في المجتمع. وفي إمكان حارس البوابة أن ينقل الرسالة أو لا ينقلها كلياً شاء، كما يمكنه أن يسقط جزءاً منها أو يضيف شيئاً إليها. ولذلك فهو يتمتع بسلطة قوية على الرسالة وعلى صيغاتها كل من يأتي بعده في التسلسل، وإذا أخذنا في

(1) Schramm, 1961, op. cit., pp. 82 - 83 .

(2) - Wilbur Schramm, (ed), Mass Communication (2nd ed)  
Urbana Ill., University of Illinois press, 1960, pp. 175-177.  
- Wilbur Schramm, 1973, op. cit., p. 14.

(3) Kurt Lewin, "Channels of Group Life" Human Relations, Vol. I, No. 2, 1941, p. 145.

اعتبارنا عدد حراس البوابات الإعلامية الذين يتدخلون مثلاً بين نية من حادث في آسيا إلى أن ينشر في جريدة ما على الجانب الآخر من العالم سوف نذهب من عدد الأخطاء أو الحذف الذي يحدث عليه<sup>(١)</sup>.

إنّ فإن حارس البوابة - بحكم منصبه - يسيطر على المعلومات المتاحة له فهو يسيطر على ما نقرأ ونسمع داخل البلاد كما أنّ له تأثير في الاتصال الدولي مما يساعدنا في تحديد وجهة نظرنا عن هذا العالم.

ولقد أجريت دراسات قليلة على هؤلاء الحراس، كما أجريت دراسات على أصحاب القدرة على التأثير بالنسبة لغيرهم من الناس. وخمّن من قام بهذه الدراسات ميرتون "Merton" الذي قام بدراسة ميز فيها بين المواطنين المنفتحين على العالم "Cosmopolitans" والمتخصصين في الإعلام من خارج المجتمع، وبين المحليين المتخصصين في المعرفة والاتصالات داخل المجتمع<sup>(٢)</sup>.

ولعب حراس البوابات بصورة واضحة دوراً من أكثر الأنوار أهمية في الاتصال الاجتماعي.

#### (ب) الاتصال المباشر Interpersonal Communication

يمكن أن نعرف الاتصال بين الأفراد بأنه عملية يشترك فيها اللذان بالاتصال والمرسل إليه وجهاً لوجه. ومن أمثلة ذلك: اللقاءات الجماهيرية والاستشارات التي تطب اللقاءات والمقابلات، واللقاءات الدراسية، والمحاضرات، والمحادثات اليومية بين الأفراد. واستخدام هذه الوسائل المباشرة يتميز بأنه اتصال عبر طريق له اتجاهين "Two way communication" وله رجع صدى سريع. ولهذا أهمية خاصة في

(1) David White, - "The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News", in Dexter and White, 1964, op. pp. 160 - 172.

(2) Robert Merton, Social Theory and Social Structure, New York, The Free Press, 1957.

التأكد من ضمان فهم الاتصال وفي اكتشاف وجود حواشٍ في الاتصال من عدمه، وفي تحليل المواقف المتصارعة التي لها علاقة بتبني الأفكار المستهدفة، وتضاف إلى ذلك ميزة أخرى وهي أن الحوار عبر الطريق ذو الاتجاهين "Two way dialogue" يتيح فرصة للمصدر أن يساعد في السيطرة على العمليات الانتقائية Selectivity processes داخل عقل المستقبل.

ومن ناحية أخرى فإن الاتصال بين الأشخاص سواء أكان في صورة جماعية أو بين الأفراد، يتضمن في العادة حواراً عبر طريق ذي اتجاهين - "Two way dialogue" وبالنسبة للجماعة فإن يكون أكثر فاعلية في تغيير الاتجاهات والسلوك من الاتصال ذي الاتجاه الواحد "One way communication" (1).

والأفراض التطيلية فإنه غالباً ما يقسم الاتصال الجماهيري والاتصال بين الأفراد إلى قسمين. ومع ذلك فإنه في معظم التكوينات الاجتماعية الطبيعية نادراً ما يكون أحد هذين النوعين من الاتصال لا وجود له تماماً (بالرغم من أنهما قد يختلفان في التوقيت، وفي نوع الناس اللذين يؤثران عليهم، وفي نتيجة هذا التأثير). ومن ثم، فإن التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال وبقسميهما النسبي - وليس تأثيرات أي منهما في حالة عدم وجود الآخر كلية - هو المجال الأكثر ملاءمة لدراستنا هنا. والواقع النسبي إلى جانب طبيعة التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال كانا مجالاً رئيسياً للبحث من جانب الذين يهتمون بعملية التغيير الاجتماعي.

---

(1) - Kurt Lewin, "Forces behind Food Habits and Methods of Change", Bulletin of the National Research Council, No. 108, 1943, pp. 35-65.

• Beryl Roberts et al., "An Experimental Study of Two Approaches to Communication", American Journal of Public Health, Vol. 53, No. 9, Sept. 1963, pp. 1361 - 1381.

• Donald Boger (ed) Mass Communication and Motivation for Birth Control, Chicago Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.



وقد كشفت إحدى الدراسات الرائعة والتقليدية في هذا المجال<sup>(١)</sup> إنه عند مقارنة وسيلة الاتصال الإعلامي بالاتصال المباشر نجد أن هذا الأخير له أثر أكبر بين الأفراد، وخاصة في التأثير على الآراء السياسية وفي الآراء عند الانتخابات. وقد أدت هذه الدراسة، ودراسات مماثلة إلى الاتفاق على أنه في الوقت الذي قد تكون فيه وسائل الإعلام أكثر فاعلية في نشر المعلومة إلى عدد كبير من الناس، نجد أن الاتصال الشخصي بين الأفراد أكثر فاعلية في التأثير على الاتجاهات والرأي والسلوك.

### الخصائص المميزة للاتصال المباشر :

إن بحوث الاتصال تزيد الحقيقة الفاتكة بأنه في عامية انخراط القرار يبدو الاتصال المباشر مؤثراً قوياً نحو التغيير أكثر مما نستطيع وسائل الإعلام وذلك عندما يتواجد كلا التأثيرين معاً. ولكن لماذا يعتبر الاتصال المباشر وسيلة إقناع أكثر فاعلية من وسائل الإعلام؟.. في دراسة من السلوك الانتخابي انتهى لاندسفلد "Lazarsfeld" وآخرون، إلى خمس خصائص تميز الاتصال المباشر قد تجعله أكثر فاعلية<sup>(٢)</sup> هي:

١- الاتصالات المباشرة عارضة أكثر من وسائل الإعلام وتبدو أقل عابثة منها وهي أصعب في تلقاها من وسائل الإعلام. ومعظم الناس يميلون بشدة إلى انتقاء وسائل الإعلام وتجنب المواد التي قد تكون مثيرة أو غير متفهمة أو متعارضة مع آرائهم الخاصة. ولكن في الاتصال المباشر يقل احتمال توافع الناس لاعتراض مما يؤدي إلى صعوبة تلقاها.

٢ - كثير من الناس يميلون إلى الثقة في آراء وجهات نظر الأشخاص الذين يعرفونهم ويحبونهم ويحترمونهم أكثر من ثقتهم في مصادر وسائل الإعلام.

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice, New York, Columbia University Press, 1948.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit. p. 185.

٢- يؤثر الاتصال المباشر في الناس، ليس فقط من خلال ما يقال وإنما أيضاً من خلال الرقابة الشخصية حيث تكون أهمية السعر مثل أهمية المحتوى نفسه. وقد ذكر لازرسفياد بأن الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض إلى أنشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية. وعلى ذلك فإن تأثيرهم يذهب إلى أبعد من محتوى اتصالهم. وكذلك فإن العلاقة الشخصية تستطيع، أحياناً، أن تؤدي إلى حصول الفرد على مكافآت نتيجة لقبوله رسالة معينة أو تؤدي إلى العكس بأن تزيد من العقوبات التي قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة.

٣- توجد مرونة أكثر في الاتصال المباشر، فعندما يتلقى المرسل مقاومة من المستقبل فإنه يغير اتجاه المناقشة لينتظمي مع ردود أفعالهم فيستطيع التأثير فيهم.

٤- من خلال الاتصال وجهاً لوجه يستطيع المرسل أحياناً، أن يحقق هدفه بدون أن يفتح للمستقبل وجهة نظره وذلك إذا كانت له (المرسل) مكانة عند المستقبل.

### نظرية سرهان الاتصال على مرحلتين

في القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين امتد الباحثون الأوائل في الاتصال الجماهيري أن وسائل الإعلام أدوات قوية في التأثير على اتجاهات الأفراد وسلوكهم. حيث كان لوسائل الإعلام تأثير قوي في نشر دعايات الحرب بصورة خاصة. كما كانت للنظريات الاجتماعية والنفسية في القرنين التاسع عشر والعشرين دور في تكوين إطار مفاهيمي نظرية نموذج المحقنة التي تعطي تحت الجلد "Hypodermic Needle Model" والتي أطلق عليها أيضاً نظرية نموذج التأثير المباشر "Direct Effects" لوسائل الإعلام.

وتضمن نموذج الحقنة التي تعطي تحت الجلد أن رسائل ووسائل الإعلام هي التأثير التي يحركها الصواطف الباطنية والعواطف والدوافع التي تكون سيطرة الفرد الإرادية عليها قليلة أو ضئيلة. وبسبب وحدة تلك الدوافع الموروثة فقد كان من المعتقد أن كل إنسان يستجيب بصورة موحدة لرسائل ووسائل الإعلام التي تشير فيه

العواجز الكامنة والعوائق كما كان الاعتقاد السابق أيضاً أن الفرد معزول نفسياً عن المجتمع، وذلك فلم يؤخذ في الاعتبار أن الوقاية الاجتماعية عامل مهم في استجابة الفرد لوسائل الإعلام.

#### بعض نواحي القصور في نظرية الاتصال المباشر :

لقد أصبح نموذج ميريان المعلومات على مرحلتين نظرية مثمرة في بحوث الاتصال. وهذه النظرية ساهمت على تركيز الانتباه على دور وسائل الإعلام والاتصال المباشر. وبالرغم من مميزات هذا النموذج وأهميته إلا أنه يشوبه بعض القصور كما يلي:

١ - تجاهل النموذج حقيقة هامة وهي أن قدراً كبيراً من المعلومات يسرى مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجماهير بأكثر مما يسرى عن طريق الوسطاء. ولقد وجد كل من هاريك والخطيب وشاميناك طلفت في دراساتهم (١) في قرى محسنة مختلفة أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشراً، وبكميات أخرى فإن دور الوسطاء في نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

٢ - لا يوجد تمييز واضح بين مسألة التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار وأنماط نشر المعلومات. وفي هذا الخصوص فقد ذكر كاتز "Katz" أنه ربما تشمل التأثيرات الناشئة عن وسائل الإعلام أولاً لقادة الرأي الذين ينقلون بدورهم ما تراه لو سمعوه إلى رفاقهم المباشرين الذين يثرون فيهم. وبهذه الصورة فإن الافتراض يوحى بأن قادة الرأي يخبرون بعض الأفراد ولكنه لا ينكر إمكانية حصول غالبية الجماهير على المعلومات مباشرة من وسائل الإعلام. وعلى ذلك فإن مسألة التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار ينبغي أن تكون واضحة ومميزة عن مسألة نشر المعلومات.

٣ - ينسب النموذج طبيعة نشطة لقادة الرأي في البحث عن المعلومات وأخرى سلبية لباقى الجماهير. وي طرح روجرز "Rogers" تلميحاً للحقيقة يمكن أن يكون

(١) انظر الباب الثاني من هذا الكتاب.

تمونجاً يشير إلى أن قادة الرأي قد يكونوا تشييطين أو سلبيين، إذ أنهم في بعض الأحيان يقصدون اتباعهم لإمطلتهم النصيحة وفي أحيان أخرى يتوجه الاتباع إلى قادة الرأي طلباً للنصيحة. ومن ثم فإن قادة الرأي غالباً يلعبون دوراً نشطة وسلبية على السواء في الاتصال .

٤- إن القول بأن عملية مريان المعلومات تتكون من مرحلتين فقط هي نظرة غير واقعية في وصف ما يحدث. قد يتم المريان على مرحلة واحدة أو على مرحلتين أو على عدة مراحل. وقد تكون سلسلة التأثير والمعلومات طويلة بدرجة ملحوظة.

٥- يقسم النموذج المجتمع إلى قسمين: قادة الرأي واتباعهم. بينما ينبغي أن نفهم قيادة الرأي على أنها متغير مستمر. إذ توجد عدة درجات ومستويات لقادة الرأي. فبعضهم قوى ومقبول جداً وبعضهم ليس كذلك. وهؤلاء القادة يتواجدون تبعاً للمعرفة التي يتوقع وجودها لديهم، بالصور مختلفة وفي كل مستويات المجتمع ودرجاته. وعادة على ذلك فإن كثيراً ممن خير القادة ليسوا أتباعاً لقادة.

٦- كذلك فإن ما قيل عن قادة الرأي من أنهم يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام ويمربونها، ثبت أنه مفهوم بدائي. فلقد وجدت مؤثرات قلبية بأن قادة الرأي يحصلون على معلوماتهم من مصادر أخرى غير وسائل الإعلام. ويوجد روجز أن قادة الرأي في الدول النامية، حيث وسائل الإعلام قليلة أو نادرة، يحصلون على معلوماتهم من قنوات أخرى مثل الرحلات الشخصية إلى المدن والمصادقات مع المسؤولين عن التغيير، وغيرها. والقنوات التي يعتمد عليها قادة الرأي في الحصول على المعلومات تتوقف على بعض الاعتبارات مثل طبيعة الرسالة، وأسلوبها، وموقع قادة الرأي في النظام الاجتماعي.

٧- إن الفرق التفاضلي بين قادة الرأي والاتصال المباشر من ناحية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى مرفوض. إذ بينما تخلق وسائل الإعلام الإدراك والمعرفة فإن الاتصال المباشر يعمل على تبني القرار وتغيير الاتجاه. إن النموذج الأصلي لمريان الاتصال على مرحلتين لم يبين دور القنوات المختلفة للاتصال في المراحل المتعددة لعملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة. فمثلاً يستعمل قادة الرأي

والاتباع قنوات الإعلام في مرحلة المعرفة والإقناع وفي مرحلة التعزيز بمعنى أن قادة الرأي ليسوا وحدهم الذين يستظمون وسائل الإعلام، كما تشير بذلك الفكرة الأصلية التي تصف نموذج سريان الاتصال على مرحلتين، وإنما يستفهمها أيضاً الأتباع.

ويمكن أن نخلس مما تقدم أنه يستدل من بعض البحوث عن نشر الأفكار المستحدثة (أو التجارب الجديدة) أن تلك الأفكار والتجارب تنتشر وسط الجماعة من خلال عملية متعددة المراحل<sup>(1)</sup>، وأن الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي بين الأفراد يلعبان دورين مختلفين اختلافاً بيناً ولكنهما مكملين لبعضهما البعض، وبغضل من هذا فإن الدراسات حول انتشار التغيرات<sup>(2)</sup> تشير إلى أن الذين يتقبلون أي تغيير يمكن أن يدرجوا في عدة مجموعات وفقاً لتقبلهم التغيير مبكراً أو مؤخراً، وأن كل من يتقبل تغييراً يمر بعملية نفسية متعددة المراحل قبل تبني أو رفض هذا الجديد، وتوضح الدراسات أكثر من هذا، أن الفئات المتعددة من هؤلاء يختلفون تبعاً لمعالمتهم الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، وأن وسائل الإعلام والاتصال المباشر يثاران على مختلف هذه الفئات بدرجات متفاوتة.

وأخيراً، فإن في الوقت الذي نجد فيه لوائح للتبني للأفكار المستحدثة هم الأكثر تقرأ بوسائل الإعلام، نجد الدالية من بقية فئات المتبلي للأفكار المستحدثة

(1) See Bryce Ryan and Neil Gross, "The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities", *Rural Sociology* Vol. 8, March 1943, pp. 15-24.

- James Coleman, Elihu Katz and Herbert Menzel, "The Diffusion of Innovation among Physicians", *Sociometry*, Vol. 20, No. 53, 1957, pp. 253-270.

- Elihu Katz, "The Social Hierarchy of Technical Change: Two Studies on Diffusion of Innovation"; *Human Organization*, Vol. 20 No. 2, 1961, pp. 70-82.

- Rogers and Shoemaker, 1971, op.cit. 205.

Ronald H. Planning for Innovation, Ann Arbor, Mich.: The University of Michigan, ISR, 1971.

(2) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., p. 252

- Rogers, 1973, op. cit., p. 45.

تكثر تقرأ بوسائل الاتصال المباشر بين الأفراد وأنهم أساساً أكثر تقرأ بنظراتهم. ومن أهم التصميمات التي نتجت عن الدراسات حول التأثير النسبي لوسائل الاتصال الجماهيرية والاتصال المباشر، ومن الدراسات حول انتشار الأفكار المستعذبة أنه عندما يكون الهدف الأساسي للاتصال هو نشر الخبر الواقعي بين مجموعة كبيرة من الناس بأسرع ما يمكن، فإنه من المتوقع أن تكون وسائل الاتصال الجماهيرية أكثر كفاءة وإثراً، ومن ناحية أخرى إذا كان الهدف الأساسي للاتصال هو تغيير الاتجاهات والآراء والوافع فإنه من المتوقع أن يكون الاتصال المباشر أكثر كفاءة. وطبقاً لهذا التصميم كان إلزاماً على مخطط الاتصال أن ينتقى بعناية واحداً من هذين السبيلين أو كليهما معاً، بحيث يكون هذا الاختيار قائماً على تحديد دقيق للأهداف الأساسية للاتصال وأنواع فئات المستقبلين الذين يوجه إليهم. هذا ويمكن القول أن الاتصال الجماهيري يتضمن عمليات كثيرة جداً ولا يمكن التعبير عنه في جملة واحدة.

#### 4- خصائص المستقبل

من الضروري أن نوجه اهتمامنا إلى الخصائص الملائمة للمستقبل باعتبار أنها تؤثر في واقع الاتصال من أجل التنمية. وهذه الخصائص يمكن أن تنقسم إلى: خصائص ديموغرافية وخصائص سيكولوجية (نفسية) تنقسم: التعليم، الوظيفة، الدخل، العمر، التماثل اللغوي، المنصر، الحالة الاجتماعية، مشاركة المرأة في القوى العاملة، محل الإقامة (المضر أم الريف)، وجود ملكية زراعية من عدمه (١).

(1) Otis Duncan, "Farm Background and Differential Fertility" Demography, Vol. 2, 1965, pp. 240-249.

N.B. Ryder, and Charles Westoff, Reproduction in the United States, 1965, Princeton, N.J.: Princeton University Press 1971 pp. 53-134.

Charles Westoff, Robert Potter Jr., and Philip Sagi, Family Growth in Metropolitan America, Princeton, N.J., Princeton University Press 1961 pp. 163-281.

Kingsley Davis The Population of India and Pakistan, Princeton, N.J., Princeton University Press 1951, Ch. 10.

وبالإضافة إلى الخصائص الديموجرافية، فإن التغيرات السيكولوجية الاجتماعية التي لها دلالتها والتي تؤثر على الاستجابة للاتصال وعلى سلوكه تتضمن: الاتجاه نحو الأفكار المستحدثة، أنماط ومستويات التطلعات، الكفاءة الشعور بالسيادة على البيئة، النظرة إلى المستقبل، التألم على القيم السائدة في المجتمع، والتأثر الاجتماعي<sup>(١)</sup>.

## ٥- التأثيرات Effects

لتأثيرات الاتصال هي التغيرات في سلوك المستقبل التي تحدث نتيجة لتل الرسالة. ومن ثم، فإننا عندما نتحدث عن والاتصال الفعال فإننا نعني الاتصال الذي تلهم عنه تغييرات في سلوك المستقبل كان يقصدها المصدر، وهناك ثلاث تأثيرات رئيسية للاتصال هي:

### ١ - تغييرات في معلومات المستقبل.

S.J. Behrman, L. Corns Jr., and R. Freedman, *Fertility and Family Planning: A world view*, Ann Arbor, Mich : The University of Michigan Press, 1969, Chs. 2, 2, 4, and 5.

(1) - See L. H. Day, and T. Day, *Too Many Children*, Boston, Mass Houghton Mifflin, Riverside Press, 1964.

- C.V. Kiser, and P. K. Whelton, - "Review of Indianapolis Study of Social Psychological Factors Affecting Fertility" *Population Studies*, Vol. 7, No. 2, 1953 pp. 95-110.

- Lee Rainwater, *And the Poor Get Children*, Chicago, Quadrangle Books, 1960.

- Christopher Tietze, (ed) *Biography of Fertility Control 1950 - 1965*, New York : National Committee for Maternal Health, 1965.

- Sachdeva Kar, "Individual Aspiration as Related to Early and late acceptance of Contraceptives", *The Journal of Social Psychology*, Vol. 83, 1971, pp. 84 - 102.

- Rogers, 1973 op. cit.

- James Fawcett, *Psychology and Population*, New York: The Population Council, 1970.

٢ - تغييرات في اتجاهات المستقبل توصف بأنها التنظيم الحائث نسبياً لما يعتقد الفرد، وهو ما يقصد به السلوك الكامن، أي الاتجاه الذي يمكن أن ينبثق بالأعمال التي سيقوم بها الفرد في المستقبل ولكن ذلك لا يحدث دائماً<sup>(١)</sup>.

٢- تغييرات في السلوك الطنى للمستقبل مثل إعطاء صوته في الانتخابات وشرائه للمنتجات، واستغلاله لوسائل منع الحمل... إلخ.

هذه التغييرات الثلاث غالباً ما تحدث متتالية، بمعنى، أن تغييراً في المعلومات غالباً ما يسبق تغييراً في الاتجاهات، والذي يسبق بدوره تغييراً في السلوك<sup>(٢)</sup>.

والفرض من الاتصال كما سبق أن ذكرنا هو تمهيد السبيل للتأثير في المستقبلين الذين تخصصهم المصادر، كما أن غالبية أبحاث الاتصال التي قام بها علماء الاجتماع كان الفرض منها، في معظم الأحوال، دراسة تأثيرات الاتصال الملحية إلى اتصال من المحتمل أن يكون أكثر فاعلية. وهذا لون من التقارب الذي يكون فيه عنصر (أو أكثر) من عناصر عملية الاتصال متحكماً حتى يمهّد السبيل لتأثيرات أعظم.

ونورد فيما يلي بعض الأمثلة في صورة توصيات عن الاتصال الأكثر فاعلية، خاصة إذا كان قصد المصدر هو تغيير الاتجاهات:

(١) تأثيرات رسالة ذات وجهة نظر واحدة مقابل رسالة ذات وجهتين  
توضح الرسالة ذات الوجهة الواحدة للمستقبل طلب المصدر، في حين أن الرسالة ذات الوجهتين توضح طلب المصدر وتعرفه أيضاً بالمواقف المعارضة من الموضوع<sup>(٣)</sup>، وعرض رسالة من وجهتين له أهمية خاصة عندما يكون المستقبلون:

١ - معارضين من البداية لمواقف المطلوب تأييده.

(1) Milton, Rodcrah Bellah. Attitudes and Values, San Francisco . Jansy Bata, 1968.

(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 49.

(3) - Wolfgang Kohler, Effects on Audience Opinion of One-sided and Two-Sided Speeches Supporting and Opposing a Proposition" in Thomas Beizerker and Donn Parson, The Process of Social Influence, New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972, pp. 351-368.

- Carl Hovland, Arthur Lumsdaine, and Fred Sheffield, "The Effect



٢- مشتقين ثقافة عالية أو إخصائين بالنسبة للموضوع.

٣- من المحتمل أن يتعرضوا للعناية مضادة بعد ذلك (١).

### (ب) تأثيرات آثاره الخوف :

تعرض رسالة آثاره الخوف النتائج الضارة التي قد يتعرض لها المستقبل إذا لم يذعن لتوصيات المصدر. وفي بعض الظروف يكون للرسالة التي تثير الخوف والتوتر بدرجة شديدة تأثيراً كبيراً عن الرسالة التي تثير الخوف بدرجة معتدلة وخاصة:

١- إذا كان المصدر من ذوي الثقة العالية.

٢- إذا كانت الرسالة مدعومة بالمطابق تجميعاً قوياً.

٣- إذا كانت تهدد أمن القريبين إلى المستقبل (مثل أحد أفراد الأسرة) أكثر مما تهدد المستقبل نفسه (٢).

ومع ذلك فإن استخدام إشارات الخوف من جانب المصدر هو في الواقع نوع من أنواع الحب بالنار. إن الإثارة الانفعالية من المستقبل قد تسبب إغفال مضمون الرسالة. كما أن عدم الرضى بالرسالة المثيرة للخوف قد يسبب هاء تجاه المصدر أو الرسالة. ومن الخطورة بوجه عام استخدام تأثيرات الخوف في مضمون رسائل الإقناع.

---

of Presenting. "One-Side" versus Both Sides" in Changing Opinion on a Controversial Subject" in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 261-274.

(1) Carl Hovland, Irving Janis and Harold Kelly. *Communication and Persuasion*, New Haven, Yale University Press, 1970 p. 110.

(2) Hovland, Janis and Kelly, 1970, op. cit., pp. 56-98.

- Irving Janis, "Effects of Fear Arousal on Attitude Change: Recent Development Theory and Experimental Research" in Beisecker, 1972, op. cit., pp. 271-276.

## (ج) تأثيرات بيان النتيجة :

أجرى هوفلاند وماندل "Hovland and Mandell" تجربة من تأثير الرسالة على المستقبل في حالتين: إذا ذكرت النتيجة في الرسالة وإذا لم تذكر. ووجهت رسالة متماثلة لمجموعتين من المستقبلين<sup>(١)</sup>.

واكتشف الباحثان أنه عندما كانت النتيجة المصدرة واضحة قام أكثر من نصف عدد المستمعين بتغيير رأيهم في الاتجاه الذي يوصى به القائم بالاتصال. ومع ذلك، فإن مسألة تحديد النتيجة في الرسالة قد لا تكون دائماً ذات تأثير أقوى طالما أن هناك عدد من العوامل التي قد تؤثر في تغيير الاتجاه<sup>(٢)</sup>.

ومن هذه العوامل ما يلي:

(أ) الثقة في المصدر.

(ب) الذكاء ونوع الشخصية ومدى إدراك الجمهور للموضوع.

(ج) درجة تعقيد الموضوع.

(د) الموضوع الذي ترسم به النتيجة.

وقد أوضحنا فيما تقدم دور الثقة في المصدر. أما من الذكاء فقد اكتشف تسليووت وآخرون "Thistlethwaite" أن الذكاء دور في فاعلية تحديد النتيجة على التغيير<sup>(٣)</sup>. وقد أوضحوا بياناتهم أن أفراد الجمهور الأقل ذكاءاً يظهرون تغييراً أكبر

(1) Carl Hovland and Wallace Mandel, "An Experimental Comparison of Conclusion-Drawing by the Communicator and by the Audience," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 47, 1952, pp. 581-588.

(2) Hovland, Janis and Kelly (1970), *op. cit.*, pp. 103-104.

(3) Donald Thistlethwaite, Henry de Hamm and Joseph Kamonetsky, "The Effects of Directive and Nondirective Communication Procedures on Attitudes," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 51, 1955, pp. 107-113.

في الرأي، عندما تكون النتائج المحددة واضحة، مما يفسد أمثالهم ممن بقوة ونهم نكاًماً. ولم يكن في استطاعة الأبحاث التي جاءت بعد ذلك أن تؤكد هذه النتيجة فيما يتصل بدور النكاح. وقد أشار باحثون آخرون في محاولة لتفسير هذه النتائج للتضاربية، إلى أنه ربما كان تعلق موضوع ما هو أيضاً عامل له أهمية في التأثير علىفاعلية تحديد نتيجة ما (١).

#### (د) تأثير التناقضات مقابل التناقضات :

تقرر نظرية فيستنجر "Festinger" من التناقض الإدراكي، أنه إذا كان هناك عنصران متضادان في جهاز إدراكي، لابد وأن يحدث التوتر أو قلق (٢). وفي مثل هذه المواقف يحاول الشخص أن يستعيد التوازن ويحسم النزاع عن طريق تغيير عنصر أو كلا عنصرَي الإدراك المتنازعين. ويشير فيستنجر إلى هناك طرق ثلاث للإقلال من التناقض وهي:

(أ) إما أن يتم تغيير في عنصر أو أكثر من العناصر التي بينها تناقض.

(ب) أو أن يتم إضافة عناصر إدراكية جديدة متفقة مع أحد الإدراكيين للوجهين فعلاً.

(ج) وإما أن يقلل المصدر من أهمية العناصر المشتركة في علاقة التناقض.

وانتخذ تنظيم الأسرة كمثال. فرسائل تنظيم الأسرة قد خططت تخطيطاً تكليفاً بطريقة يقصد منها زيادة القوى الإيجابية أو تكبيد المنافع الإيجابية من الأسرة الصغيرة. وتظهر أسئلة عامة هنا "هل يؤدي تنظيم الأسرة إلى وجود هذا التناقض في الجهاز الإدراكي؟" "هل يساعد تنظيم الأسرة على حسم تناقض قائم في الجهاز الإدراكي؟". ويشير برهم "Brehm" إلى أنه إذا كانت المعرفة الأصلية والمعرفة التي أمضت حديثاً في علاقة تناقض، إذا كانت كلتاهما في مقابلة شديدة

(1) Hovland, 1970, op. cit., p. 104.

(2) Leon Festinger, A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston Ill. Row Peterson, 1957.

التغيير، فقد يقل الفرد من الخلاف بإضافة عناصر إلى جهازه الإدراكي ليدعم وضعه الأصلي. ومن ثم فإنه في هذه الحالة، قد يؤدي إدخال معلومات معارضة لفكرة تنظيم الأسرة إلى الجهاز الإدراكي للفرد إلى نتيجة عكسية بسبب إقامة حصون سيكولوجية لعدم الاتجاهات الأصلية عند التلقي<sup>(١)</sup>.

## ٦- رجوع الصدى Feedback

رجع الصدى هو رد المستقبل لرسالة المصدر، الذي قد يستفهمه - المصدر - فيما بعد لفعل رسالته التالية. ومن ثم فإن رجوع الصدى ما هو إلا رسالة من نوع خاص تتطرق بتغيير رسالة سابقة (من المصدر إلى المستقبل)<sup>(٢)</sup>. ومن وجهة نظر المصدر قد يلهم رجوع الصدى على أنه رسالة تحمل "معرفة عن فاعلية الاتصال". ورجع الصدى مهيئ للنظر إلى المصدر على أنه مستقبل وهو يؤكد عملية التبادل في الاتصال الفعال.

وهناك نوعان من رجوع الصدى، يهتمان بالتأثيرات الإيجابية والسلبية للرسالة وهما:

رجع الصدى الإيجابي "Positive feedback" : ويؤكد المصدر أن التأثير المقصود من الرسالة قد تحقق. وفي الواقع فإن رجوع الصدى هذا يحيط للمصدر طمأناً، بأن كل شيء يسير على ما يرام<sup>(٣)</sup>.

---

(1) Jack Brehm, *Exploration in Cognitive Dissonance*, New York: John Wiley and Sons, Inc., 1962.

(2) - Hovland, op. cit., 1970, p. 19 - 55.

- Carl Hovland and Walter Weiss "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness" in Schramm, 1961, op. cit., pp. 275 - 288.

- Schramm, op. cit., 1973 pp. 50 - 51.

(3) Rogers, 1973, op. cit., p. 51.

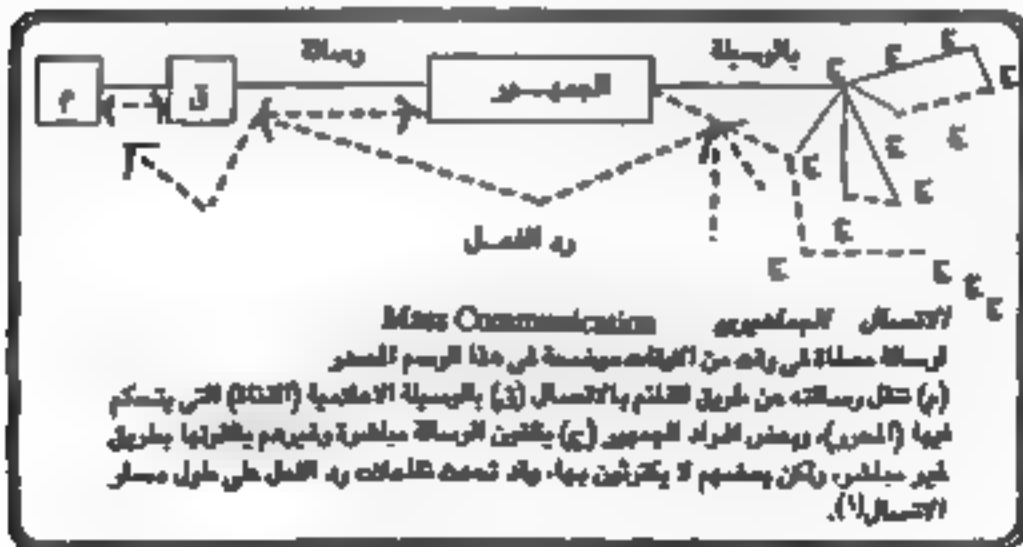
## وأما رجوع الصدى السلبي "Negative feedback" فيحيط

المصدر طمأ بأن التأثير المقصود الرسالة السابقة لم يتحقق. وبهذه الصورة فإن رجوع الصدى السلبي يكون معزياً. وهو يقود إلى التغيير بين العناصر في عملية الاتصال. ويجب أن يحدث تعديل في هذه العناصر إذا أراد المصدر أن يضمن حدوث التأثيرات المطلوبة على المستقبل .

ويقتل رجوع الصدى من المثلث إلى المصدر، ومن طريق أفراد من الجمهور إلى المخرج، أو إلى المطلق أو إلى مصدر التأثير، ومن طريق أشخاص مختلفين من بين الجمهور بعضهم لبعض. وواضح أن رجوع الصدى يحدث بدرجة أكبر وأكثر وضوحاً في الاتصال المباشر منه في الاتصال بوسائل الإعلام. ومن ثم، فهناك فرصة أفضل لتوصيل رسالة مقنعة وجهاً لوجه، ولكن القائم بالاتصال الذي لديه طم برأه فعل رجوع الصدى "Feedback Reaction" في الاتصال بالجماعات ويحركها، قد يدفع من شأن قبول رسالته .

وكل ما ذكرناه من عملية الاتصال يتخلص في هذه الأسطة: من يقول ماذا؟

بإلية وسيلة إعلامية، إلى من؟ ... وإلى تأثير؟

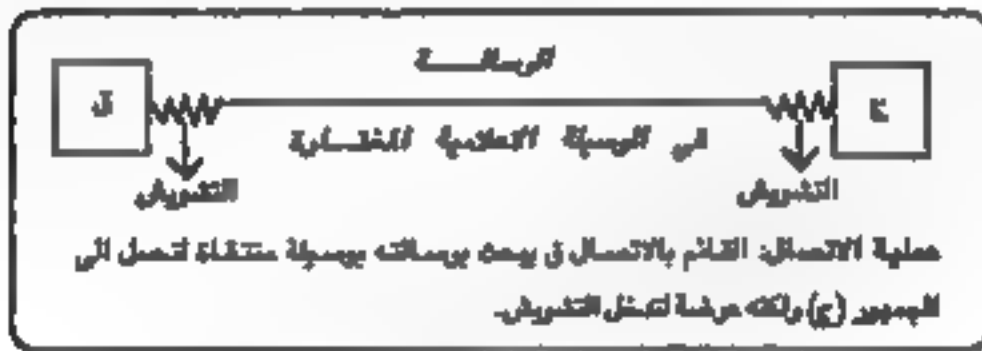


شكل رقم (٤) عناصر الاتصال الجماهيري

(1) Emery, op. cit., 1970, p. 9.

## مشاكل الاتصال

إن القائم بالاتصال المدرب تدريباً دقيقاً، يدرك الأهمية الاجتماعية للدور الذي يضطلع به ويطم أيضاً ماذا يريد أن يوصله في رسالته. وهو يدرك خصائص الوسيلة (الإعلامية) التي تستخدم، ويدرس الاعتمادات المتنوعة ومستويات الإدراك لدى مجموعات الناس الذين يشكلون جملة الجمهور. وهو يضع رسالته طبقاً لمتطلبات أسلوب كل وسيلة من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها، وفقاً لقدرات الجماهير التي يحاول أن يصل إليها. وهو يطم الحدود والمشاكل التي درستها باحثو الاتصال. ونوضح فيما يلي بعض مشاكل الاتصال وهي: التشويش - العوامل الانتقائية - اختلاف الطبقات الاجتماعية.



شكل رقم (٥) التشويش في عملية الاتصال

### (أ) التشويش Noise

من بين الأنواع المتعددة التشويش يوجد تشويش الوسيلة الإعلامية (١). وهو مصطلح يستخدم لوصف أي شيء يتدخل في أمانه النقل للرسالة (مثل التشويش على الإرسال الإلكتروني). ولكننا إذا تكلمنا بوجه عام فلنن التشويش على الوسيلة

(١) - Berko, 1960, op. cit., p. 40  
 - Emery, 1970, op. cit., pp. 7-8.  
 - De Fleur, 1975, op. cit., p. 93.  
 - Shannon and Weaver, 1947, op. cit., p. 6.  
 - Rogers, 1973, op. cit., p. 52.

الإعلامية يمكن فهمه على أنه يتضمن كل محركات الاتصال بين المرسل والجمهور. والقائم بالاتصال المتخصص يساعد في التخلص من تأثيره بواسطة أجهزة لجلب الانتباه . وباستخدام دقيق لبدء التكرار (تكرار لفكرة الأساسية الرسالة لتأكيد من أنها مستحصل حتى إذا كان جزء من الرسالة قد فقد).

وهناك نوع ثان من التخلل يسمى تطويع المصطلح. وهو يحدث إذا ما أسيء فهم رسالة ما حتى إذا كانت مثله كما أرسلت تماماً. فالقائم بالاتصال على سبيل المثال قد يستخدم كلمات يصعب على كل فرد من الجمهور أن يفهمها. لو قد ينكر أسماء لا طم الكل بها. أي أن مادة الرسالة تكون خارج إطار الدلالة بين المرسل والمستقبل<sup>(١)</sup>. لو قد يستخدم كلمات يكون لها معنى عند القائم بالاتصال ومعنى آخر عند المستمع أو القارئ (المعنى الشائع أو المعنى الوارد بالقاموس يسمى المعنى الدال في حين أن المعنى الانفعالي أو التخيري يسمى المعنى الضمني - فكلمة مثل «الاكتراكي» مثلاً لها عدة معانٍ مختلفة على نطاق واسع)<sup>(٢)</sup>.

ويمكن الإقلال من تطويع المصطلح لو أن القائم بالاتصال بذل جهداً في تحديد الفئات وتعريفها لصالح الجمهور الذي يريد أن تصل إليه رسالته. ويلاحظ أحياناً أن الكلمات الصعبة أو الغريبة قد يفهمها القارئ لأنه يفهم سياق الكلام الذي ترد فيه. ولكن من الممكن أيضاً بالتمسك لكلمة ما لم تعرف تعريفاً واضحاً أن يساء فهمها بهذه الطريقة. وإذا كانت المادة المعروضة معقدة جداً، فإن القارئ إما أن يضطر إلى التكرار والعودة لدراسة الرسالة أو أن يضطر، وهو أمر أكثر احتمالاً، إلى التحول إلى مادة أو مواد أخرى أكثر جزاء ومثمة.

(1) Schramm, 1963, op. cit., p. 6.

"Frame of Reference depends on finding an area where the experience of the two people is sufficiently similar that they can share the same symbols efficiently."

(2) Berlo, 1960, op. cit., pp. 190 - 200.

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.

## ب- اختلاف الطبقة الاجتماعية

يهتمنا أن نوضح أن المصدر والمستقبل يمثلان طرفان في تنظيم اجتماعي. والدلائل ليست كافية لإثبات أن التنظيم الاجتماعي هو مجموعة من وحدات متصلة فيما بينها اتفقت على الوصول إلى هدف مشترك. غير أن ذلك يمكن تمييزه من البيئة على أنه كيان فريد. والتنظيم له تكوين معين يمثل في العلاقات بين الوحدات المرجوة فيه. وهذا التكوين له قدر كبير من التأثير على الاتصال البشري خاصة عندما يكون المصدر والمستقبل معنويين في تنظيم مستواه عال مثل هيئة رسمية. وهنا يمكننا أن نتخيل الاختلاف في فاعلية الرسالة نفسها عندما تنتقل (أ) بين اثنين على نفس المساواة أو (ب) من رئيس إلى المراقبين<sup>(١)</sup>.

ومن المحتمل أن تكون الاستنتاجات من الرسالة ضامنة إذا كان المستقبل والمصدر مختلفين. أما إذا كان الإثنين متماثلين فإن المصدر طالما يعرف نفسه فهو يعرف المستقبل.

والتماثل أو التجانس "Homophily" هو الدرجة التي يكون فيها المصدر والمستقبل متماثلين في صفات مثل المعتقدات والتعليم والوضع الاجتماعي.. إلخ والاتصال يتم في أغلب الأحوال بين الأفراد المتجانسين. ويصح القول هنا: "أن الطيور على أشكالها تقع".

أما للتغاير "Heterophily" فهو الدرجة التي يكون فيها المصدر والمستقبل مختلفين في صفات معينة. والاتصال بين المصدر والمستقبل المختلفين (التغايرين) أقل فاعلية من الاتصال بين المصدر والمستقبل المتجانسين. وعندما

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.

- Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., pp. 14 - 15.

- Rogers and Swearing, 1969, op. cit., pp. 181 - 182.

- Schramm, 1973, op. cit., p. 224.



يكون لدى المصور والمستقبل معاني واتجاهات متشابهة يكون الاتصال أكثر سهولة ويسراً<sup>(١)</sup>. والإتصال للتفاير، من ناحية أخرى، غالباً ما يؤدي إلى تحريف في الرسالة وإلى تلجيل إرمالها، وإلى وضع قيود على وسائل الإعلام وإلى الخلاف الإدراكي (كأن يتعرض للمستقبل كثيراً لرسائل لا تتفق ومعتقدات الراثة).

إن العديد من الدراسات حول نشر الأفكار المستحدثة تؤكد أن الأفراد يميلون إلى أن يتصلوا عواراً وتكراراً بلطفخاص يعتقدون أن بع هؤلاء الأشخاص وبينهم تجانس<sup>(٢)</sup>. ومساعد هذا المبدأ على شرح أسباب الدور الهام الذي يلعبه الأصدقاء والأقارب في التأثير على قبول الفرد أو رفضه لأي فكرة مستحدثة.

وقد يكون من المستحيل انتقاء مصدر يتشابه في كل المظاهر مع الجمهور المستهدف. ومع ذلك فمن الواجب أن تقوم - ما أمكن - بمحاولات للإقلال من مثل هذه الاختلافات. ومن ذلك فإنه يمكن مثلاً أن نلتقي بمهارة الأشخاص الذين يمكنهم أن يثأروا على الجمهور المستهدف والذين يمكن للمستقبل أن يخالطهم بسهولة نسبياً، ويستخدم مثل هؤلاء الأشخاص في توصيل الأفكار المستحدثة اللازمة لعملية التنمية.

هذا وإن انتقاء الأنام بالاتصال استناداً إلى الخبرة وحدها قد لا يكون كافياً لنجاح الاتصال الفعال.

---

(1) James Palmore, "The Chicago snowball: A Study of the Flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information" in Donald Bogue (ed) Sociological Contributions to Family planning Research, Chicago, Ill.: Community and Family Planning Study Center, University of Chicago, 1967, pp. 272 - 362.

(2) - James Palmore, "Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specific Contraceptives", Demography, Vol. 5, No. 2, 1968, pp. 960 - 972.

- Dinesh Dubey, "Family Planning Communication Studies in India" Central Family Planning Institute, Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.



## الفصل الثاني

### قيادة الرأي في الريف المصري

#### تطور مفهوم قادة الرأي

يلعب قادة الرأي أدواراً هامة وفعالة من أجل تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، في مصر وإلى معظم دول العالم من أجل النهوض بالمجتمع ورفع درجة تقدمه وزيادة معدلات الأفكار المستحدثة. وكلما كانت المجتمعات تطبيقية كانت قيادة الرأي عامة أي لا يقتصر نشاط قائد الرأي على تخصص أو موضوع واحد غير أنه بازدياد درجة تقدم المجتمع نجد أن قائد الرأي متخصص في مجال أو موضوع واحد.

ومن المنطقي أن يتصف قائد الرأي بكثير من الصفات والمقومات التي تؤهله للاضطلاع بوظائفه. ومن هذه الصفات النكاه وسرعة البعيرة وقوة وجدانية الشخصية واتساع الأفق والعلم بدرجة أعلى من الذين يتلقون برأيه (الاتباع). وودون هذه الصفات، وغيرها، قد لا يستطيع قائد الرأي تلبية مهمته في أحداث التأثير المطلوب على التلقى بالفاعلية المستهدفة.

#### ظهور نظرية قيادة الرأي :

يبدو منطقياً أن عملية قيادة الرأي عملية موجودة من قديم الأزل وأن الاتصالات البشرية تضمنت عناصر الاقتناع والتأثير لتبني سلوك مستهدف. غير أن قيادة الرأي بدأت تأخذ شكل النظرية العلمية الحديثة قبل أن ينتصف القرن العشرين عندما حاول بعض العلماء والدارسين قياس تأثير وسائل الإعلام على السلوك الانتخابي للمتلقيين. وقد كان الاختلاف الأساسي آنذاك أن وسائل الإعلام تأثيراً قوياً على اتجاهات وسلوك المتلقيين. وانتشر ذلك الاعتقاد، وذاع، أثناء الحرب حيث تبين أن وسائل الاندفاع المسعورة عن كسب أو خسارة المعارك الحربية تأثيراً نفسياً كبيراً على الشعوب. فهو تأثير إيجابي على شعوب الدول التي تبث أذاعتها

الرسائل التي تقيد كسبها المعارك الحربية وهو تأثير سلبي على شعوب دول الاحياء التي تستمع الى هذا البث وهذه الرسائل.

واعلم من الاسباب التي من أجلها ظهر هذا الاعتقاد، النظريات الاجتماعية والنفسية التي ظهرت في القرن التاسع عشر والعشرين حيث كان لها تأثير في تكوين مفهوم وإطار نظرية التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المتلقي. فكان المفهوم أن تأثير رسالة وسيلة الاعلام يتم على عدة مراحله كلها نفسية تؤثر على المتلقي - فنتج:

• اثاره مواطن المتلقي.

• اثاره جوانب المتلقي.

• اثاره نواحي المتلقي.

وبعد هذا تتم عملية صنع القرار واتخاذ السلوك الذي يهدف اليه هذا التأثير.

ويبدو في كثير من الاحيان أنه من الصعب على المصدر السيطرة على هذه المكونات النفسية وعلى غيرها، وحتى أنه من الصعب على المتلقي نفسه أن يسيطر دائما على بعض منها، كالمواطن. ونظرا لأن جوهر هذه النظرية هو التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المكونات النفسية للمتلقى، فقد أطلق عليها أيضا نظرية "الحقنة" التي تعطي تحت الجلد" (كتابة على أن المتلقى قد لا يشعر بهذه الحقنة أو أنها لا تدخل الجسم من الطريقين الأكثر شيوعا العضل/ الوريد" .. وبالمثل .. يكون تأثير رسالة الاعلام) .

وأكثر من هذا فلم ينسب الاعتقاد على التأثير المباشر لوسائل الاعلام لمصعب بل امتد الاعتقاد ليعني أنه طالما أن رسالة وسيلة الاعلام تؤثر المواطن والعواطف الكامنة فإن استجابة المتلقي لها تكون استجابة متعاطفة. وعلاوة على ذلك فقد ساد الاعتقاد أيضا أن الفرد معزول نفسيا عن المجتمع وبالتالي فليس للرقابة الاجتماعية أهمية أو تأثير على استجابة المتلقي.

وهن العلاقات الاجتماعية بين الناس فقد ساد اعتقاد طماء علم الاجتماع الكلاسيكي في القرن التاسع عشر أن هذه العلاقات تضعف في المجتمعات الصناعية المتقدمة وتضعف معها بالتالي الرقابة الاجتماعية ويحدث العكس في المجتمعات التقليدية حيث تقوى الرقابة الاجتماعية.

وإزاء وجود هذه المعتقدات وأستنادا إليها فقد قام «بول لازاريفيلد» وآخرون في عام ١٩٤٠ بدراسة على تأثير وسائل الاعلام على التوايا الانتخابية للناخبين (٦٦- ناخبا) في مقاطعة «نيويورك» بولاية أوهايو الأمريكية (١). ولأن المفهوم، وكما أفسرنا، أن لوسائل الاعلام تأثيرا مباشرا على المكونات النفسية المثلثي فقد افترضت الدراسة وجود هذا التأثير أي افترضت أن لوسائل الاعلام تأثير مباشر على سلوكه هؤلاء الناخبين في اختيار أحد مرشحي الرئاسة الأمريكية «فرانكلين روزفلت» أو «وونيل ويلكي». غير أن نتائج الدراسة جاءت مفاجئة إلى حد كبير للافتراض - والاعتقاد السائد - إذ تبين عدم وجود تأثير يذكر لوسائل الاعلام على سلوكه الناخبين (في العينة) في حين كان للاتصال المباشر تأثير على هذا السلوك.

ولقد تبين للباحثين أن رسالة وسيلة الاعلام تنتقل من المصدر إلى المتلقي من خلال وسيط أي في وجود عنصر متداخل في عملية الاتصال. ومن ثم فهناك أكثر من مرحلة لاتمام الاتصال:

• من وسائل الاتصال إلى الأفراد (أكثر أطلاقا من المتلقيين الذين يتأثرون على مكوناتهم النفسية).

• ثم من هؤلاء الأفراد إلى المتلقيين الذين هم أقل تعرضا لوسائل الاعلام (ويتأثرون عادة بهؤلاء الأفراد).

ولقد اتفق معظم المفكرين والمتخصصين في علم الاتصال على تسمية الأفراد الذين يتلقون المعلومات من وسائل الاعلام وينقلونها إلى الآخرين الأقل تعرضا لهذه

---

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The people's Choice New York, Columbia University Press, 1948.

الرسائل - الذين يتأثرون بهؤلاء الأفراد - بعبارة الرأي، ويكون لقادة الرأي، وكما تبين، تأثير على سلوك المتلقين.

وهي هذا فإنه من المفهوم من قادة الرأي أنهم عنصر هام وفاعل في توصيل الرسالة من المصدر إلى المتلقي وفي أحداث التأثير المطلوب.

المصدر (وسيلة الاعلام)

رسالة الاتصال ← قادة الرأي ← المتلقين

ومن هذا المصير يرى «كاتز» و«لازاريفيلد» أن الأفكار تنتقل غالباً من الرابيو ومن المطبوعات إلى قادة الرأي ثم من هؤلاء إلى القطاع الأقل نشاطاً من الجماهير<sup>(١)</sup>.

من هو قائد الرأي :

وطالما أن لقائد الرأي هذه الوظائف الهامة التي يترتب على تأديتها تبني المتلقين أهداف رسالة الاعلام فإن السؤال الذي يتبادر إلى الأذهان من هو قائد الرأي

وعرف «روجرز» و«شوميكير» قيادة الرأي بأنها الدرجة التي يكون للفرد عنده القدرة على التأثير بصورة غير رسمية على اتجاهات الأفراد الآخرين أو على سلوكهم الظاهر بطريقة مطلوبة ومتكررة<sup>(٢)</sup>.

ويرى «رابيه» أن قادة الرأي ليسوا بالضرورة القيادات الرسمية في المجتمع أو الأشخاص الذين يحتلون مركزاً هاماً لها هيئتها الاجتماعية، وإنما يوجد في كل

(1) Elhu Katz and Paul Lazarsfeld, Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication, New York, The Free Press, 1955, P. 185.

(2)Everett Rogers and Floyd Shoemaker, Communications of Innovations: A Cross Cultural Approach, New York, The Free Press, 1971, pp 210-211

## طبيعة في المجتمع قيادة الرأي الخاصة بها (١).

ويقول مكملر، أنه بالرغم من أن بعض القيادات الرسمية تمارس تأثيرا على آراء واتجاهات وسلوك الآخرين فإن قيادة الرأي تقل مع ذلك قابلية على التنبؤ. يخشون في الآخرين ليس بسبب مكانتهم الرسمية، ومن ثم فهم غالبا مصادر غير رسمية (٢).

ومن رأينا أن قائد الرأي مرحلة هامة في عملية الاتصال وفي نقل رسالة وسيلة الاعلام الى المتلقي وفي التأثير عليه لتبني أهداف تلك الرسالة. ولذلك فلا بد أن يتمتع قائد الرأي بصفات وامكانيات وقدرات معينة تؤهله لاداء وظيفته هذه. ولا يهم في هذا أن يكون قائد الرأي مكانة اجتماعية مرموقة أو مركز وتقليدي هام أو رسمي حتى يؤدي واجبات ومسؤولياته بل يكفي تماما في بعض الاحيان أن يتحلى بهذه الصفات التي تمكنه من اداء تلك الواجبات بغض النظر عن أي شيء آخر ومع هذا فإن قائد الرأي الذي يتمتع بالصفات التي تؤهله للقيادة ويتكلم أيضا منصبيا رسميا مرموقا أو مكانة اجتماعية هامة تزداد حادة فاعليته في التأثير. يضاف الى ذلك بلاته من الصعب اعتبار قائد الرأي بسيطاً فحسب للمطومات، إذ أن عملية الوساطة وحدها دون أن تشمل التأثير على المتلقين ليست كافية للقول بأن القائم بها قائد للرأي.

### خصائص قادة الرأي :

لكي يؤدي قادة الرأي المهام والواجبات التي ينتظر منهم القيام بها فإنه لابد أن يتطرقا ببعض الخصائص أو الصفات التي تؤهلهم لذلك. ومن هذه الخصائص ما يلي:

(1) Charles Wright, *Mass Communications: A Sociological Perspective*, New York, Random House, 1959, pp: 52 - 54.

(2) Sachendo Kar, Dine Derangona, and Barbara Kar, *Communication Research in Family Planning*, Population Communication: Technical Documentation, UNESCO, Paris 1975 p. 29.

## ١ - كثرة التعرض لوسائل الاعلام

على اعتبار أنه كلما تعرض قادة الرأي بدرجة كبيرة لوسائل الاعلام أمكنهم، عادة، جمع أكبر قدر من المطبوعات المتاحة من هذه الوسائل من المشكلات والموضوعات الجهرية التي تهم الناس بصفة عامة وتمس بالتالي حاجة القادة وحاجة الذين يتأثرون بهم (أو التابعين - الأقل منهم معرفة وإدراكا لهذه الموضوعات). ويقول مساندوز ديفيز<sup>(١)</sup> (وآخرون) أن تعامل قادة الرأي مع المطبوعات أكثر من تعاملهم مع اتباعهم<sup>(٢)</sup>. ويضيف بالمورد أن اطلاع قادة الرأي موثوق به<sup>(٣)</sup>.

## ٢ - درجة اتصالهم بالمسؤولين عن التغيير وبالعالم الخارجي أكثر من غيرهم:

ويساعدهم على ذلك اتساع أفقهم وزيادة اطلاعهم ومعرفةهم بالمشكلات ملحة على رغبته المستمرة في حصولهم على المزيد من المعرفة.

## ٣ - مشاركة اجتماعية، أكبر من اتباعهم:

ويرجع ذلك أساسا لانتمائهم بكثير من الموضوعات والمشكلات من حوالم وانفتاحهم على العالم الخارجي.

## ٤ - طول فترة إقامتهم بالمجتمع:

وهو ما وجد مساندوز ديفيز<sup>(٤)</sup> وآخرون، في دراساتهم. والمقيدة أن طول فترة إقامة الشخص في مجتمع واحد (كمجتمع القرية مثلا) منذ ولادته وإثاء تنشئته، تساعد على زيادة معرفة أهل هذا المجتمع به. وكلما زادت درجة علمه وزاد اطلاعه نسبيا وزادت اتصالاته خارج هذا المجتمع وكلما توطدت علاقاته بأهل هذا المجتمع واتباعه نصائحه وإرشاداته لهم كان قائد رأي فعالا ومؤثرا.

(1) Sanders Davis and Others, "Opinion Leadership and Family Planning" University of Florida, Department of Sociology, Paper Prepared for the Annual Meeting of the Population Association of America, New Orleans, 1973.

(2) Palmore J. "The Chicago Snowball: A study of the Flow of Influence & Diffusion of Family Planning Information", in Bogue (EDS), Sociological Contributions to Family Planning Research, Chicago, Ill. Community & Family Study Center, University of Chicago 1967, p. 280.



## ٥- التدخل المادي أعلى :

من غيرهم من الذين يتلقون بهم: ويصاحبه هذا الارتجاع النسبي لتدخل قادة  
الرأى على حرية وزيادة حركتهم وزيادة معدل أسفارهم خارج مجتمعهم.

## ٦- قوة وجاذبية الشخصية :

ملكو على الذكاء وقدر من التنظيم والثقافة يفوق الاتباع. والعقبة أنه بدون  
هذه الصفات، وخيرها، لا يمكن أن يثار قادة الرأى على المتلقين لتحقيق أهداف  
رسالة وسيلة الاعلام.

## ٧ - القدرة على التأثير، والرغبة فيه :

لذا أن القدرة والرغبة عنصران عامان للتأثير فقد يتوافر لدى قائد الرأى  
أحدهما دون الآخر مما لا يحقق أهداف رسالة وسيلة الاعلام.

ويضيف دوجونز، ومشميكر، أنه من المتوقع أن يكون لقائد الرأى في النظم  
الاجتماعية المتقدمة من النظم التقليدية تأثير في موضوع واحد وفي نوع واحد من  
المعلومات والنصائح<sup>(١)</sup>. ولذلك فإن طالبي التمسح أو المشورة أو المعلومات في  
موضوع آخر يلجئون في هذا الى قائد رأى آخر (أو أكثر). في حين أن الامر  
مختلف في المجتمعات التقليدية إذ يكون لقائد الرأى تأثير في أكثر من موضوع.  
ويهم أن نوضح أن الموضوع الواحد قد يتفرع عنه موضوعات فرعية لا يكون قائد  
الرأى متخصصا فيها أيضا، فإذا كان قائد الرأى المادى (دائس الطيب) مكرما  
تماما وإنما بموضوع كتظيم الاسرة فليس بالضرورة أن يكون مكرما أيضا للفنية  
موضوع لرمي مثل الاسر الطبية لاستخدام الموانع.

ويرى دليرنز، أنه في المجتمعات التقليدية يرتبط السن بالحكمة<sup>(٢)</sup> ويكون  
التغيير في هذه المجتمعات بطيئا، ويحصل قادة الرأى على المعرفة من الخبرة فقط.  
ومن ناحية أخرى فقد وجدت شاهيناز طالع أن السن لم يعد، في النظم  
الحديثة، معيارا لاختيار قادة الرأى وإنما حلت محله معايير أخرى مثل الكفاءة  
الفنية وسهولة الوصول الى المتلقين وانفتاح القادة على العالم الخارجى<sup>(٣)</sup>.

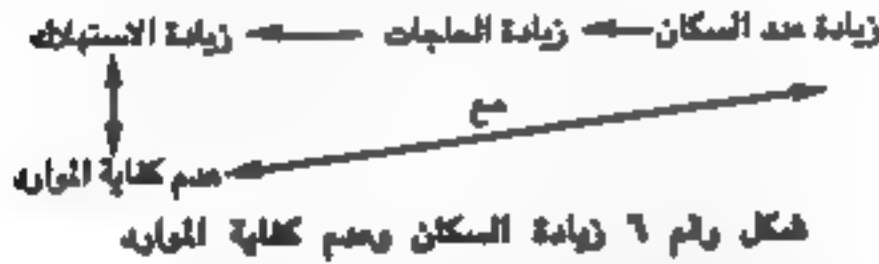
(1) Rogers & Shoemaker, 1971, op. cit., p. 223.

(2) Daniel Lerner, The Passing of Traditional Society; Modernizing  
the Middle East. New York: Free Press, 1958, p. 399

(3) Shahinez Talant, The Flow of Communication in an Egyptian Village  
M.A. Thesis, American University in Cairo, 1973, p.

## أبحاث عن الريف المصري

تعتبر مصر (مع الصين وبعض دول العالم الثالث) في مقدمة دول العالم التي يزداد عدد سكانها ويتمو بمعدلات عالية بحيث لا تكفي عادة مواردها احتياجات سكانها فتظهر مرة بين الامكانيات والموارد وبين الحاجات والافتراعات المطلوبة. وكلما لزيد عدد السكان ازديت حاجاتهم وازداد معدل استهلاكهم وانخفض بالتالى معدل تلبية الحاجات والاستهلاك طالما لم تزد الموارد بمعدلات كافية وتلت على ما هي عليه.



أي أن المشكلة السكانية التي تتفاقم بشكل شبة تلقائي ومستمر تتفاقم معها المشكلة الاقتصادية (وبمعدلات أكبر).

ويشكل عدد سكان الريف المصري ما يزيد على نصف عدد سكان مصر وهم يتمسكون كثيرا بالتمسك بالعادات والتقاليد الموروثة مما يجعل عملية التغيير صعبة للغاية كما أن نسبة الأمية عالية وتبلغ حوالي ٥٦٪ كل هذا وخيرة يجعل اندر اعادة الرأي أهمية قصوى في التأثير من أجل تبني الأفكار المتصاعدة ورفع معدلات التنمية.

وتمرض فيما يلي أهم نتائج بعض الأبحاث التي أجريت عن دور قادة الرأي في الريف المصري (بخلاف ما قامت به الحكومة).

توصلت زاهية مرزوق<sup>(١)</sup> من دولستها على هيئة من الريف المصري أن جميع أفراد العينة يدركون المشكلة السكانية من وسائل الاعلام من الاذاعة على الأخص -

(١) زاهية مرزوق التوجهية للمهارة في تنظيم الأسرة والعروس المستفاد من تجارب الاستكشورية في توجهه العمال والاهلادات الطبيعية، التوجهية والاعلام في مجال تنظيم الأسرة، مؤسسة دوا التعاون للطبع والنشر، ١٩٧٩.

ويشدد أفراد العينة على الحاجة لعملية تنظيم الأسرة. كما بينت الدراسة من ناحية أخرى أن وسائل الاعلام لا تستطيع تغيير الاتجاهات الأساسية في حين أن عملية التغيير هذه تعتبر بسيطة عامة للاتصال المباشر واستخدمت الباحثة الطريقة السوسيوميتريية لتحديد قادة الرأي. ثم اختارت قادة كل قطاع من داخله فاخترت قادة العمال من فئة العمال والقيادات النسائية من النساء والقيادات الفلاحين من فئة الفلاحين وهكذا... حيث تبين أن تلك القيادات الانفية تأثيرا أكثر من غيرها على المطلق طالما أن هؤلاء المتلقين يميلون الى قبول افكار تلك القيادات التي من ذات فئتهم الاجتماعية. وتري الباحثة أن من أهم شروط اختيار القادة اقتناعهم بقيمة وباهمية تنظيم الأسرة ولا يكون أحدهم أبيا لأكثر من ثلاث أولاد. وبعد أن أتت الاختيار نظمت لهم دورة خاصة عن تنظيم الأسرة وعن قيمته والعوامل الاقتصادية المرتبطة به والعلاقة بين السكان ومستويات المعيشة ودور وسائل الاعلام وأساليب الاقتناع والمطبعة والتكثيف.

وأجرى مركز التربية الاساسية في سرس الليان بمحافظة المنوفية دراسة تبين منها أهمية دور قادة الرأي في التغيير المخطط.<sup>(١)</sup> وقد بينت تلك الدراسة أن ٢٧.٥% ممن قبلوا مبدأ تنظيم الأسرة مارسوه بالفعل. كما أظهرت أيضا أن ثلثي الممارسين تأثروا في قرارهم بقادة الرأي. وأظهرت أيضا أن الكثير ممن أبدوا فكرة تنظيم الأسرة باتجاهاتهم لم يمارسوها فعلا (يسلوكمهم).

وقام هاريك<sup>(٢)</sup> بدراسة على دور قادة الرأي في عملية الاتصال في الريف المصري وحاول أن يتعرف على الكيفية التي تصل بها رسائل الاعلام الى سكان القرية حتى يتعرف على دور وسطاء المعلومات وابقيس العلاقة بين التمرض لوسائل الاعلام والاندراك السياسي وقد توصل الى أن الرانير هو أكثر وسائل الاعلام استخداما بواسطة أهل القرية. لا يستمع اليه ٩٦% من أفراد عينة البحث. وأن ملكية أجهزة الرانير تحصل بسريان المعلومات مباشرة. ووجد أيضا أن رسائل

(1) Lewis Melick and Salah Nassek, "Peasants and Workers Attitudes to Family Planning", ASFEC, UNESCO, Sirs-el-Layyan, Egypt 1968.

(2) Eliya Harik, "Opinion Leaders and Mass Media in Egypt:

A Reconsideration of the Two-Step-Flow of Communication Hypothesis" New York, The American Political Science Review, Vol. 95, pp. 731-740.

الاعلام، بصفة عامة، تصل الى أغلبية الجمهور مباشرة وبشكل فعال أما دور قادة الرأي - باعتبارهم من وجهة نظرة وسطاء للمعلومات والافكار - فيقتصر على مجموعة أصغر من الجماهير لا تمتلك (أو تحوز) أجهزة وسائل الاعلام.

ثم قام «هاريك» بتطوير فكرته في الدراسة الأخيرة واختبرها في عملية التفسير في قرية أطلق عليها شيرا الجديدة حيث وجد أن دور قادة الرأي كان هاماً وليس طارئاً أو غير رسمي. ففي عملية تنظيم الأسرة مثلاً، لعب الطبيب والممرضات الدور الأساسي في اقناع الناس بتبني هذه الفكرة المستحدثة. فكان الطبيب يوسع مداركه الفلاحين ويقتنعهم. بأهمية تنظيم الأسرة باعتبار أن ذلك العمل يدخل ضمن مخططات وظيفته الرسمية وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الأسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا أيضاً على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الأسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا أيضاً على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. كما نبيح لـ «هاريك» أيضاً أن قادة الرأي أكثر اطلاعاً من الفلاحين العاديين ولأن لهم واجبات رسمية في التنظيمات المحلية فإنهم قاموا بتفسير السياسات والافكار للفلاحين بفرح تلبية لاتباعها.

وقامت شاهيناز طلعت بدراسة لاختبار سريان الاتصال في الريف المصري وتحديد قادة الرأي في قرية زراعية البقي بمحافظة المنوفية<sup>(١)</sup>. وقد تبين من دراستها أن المهندسين الزراعيين والاختصاصيين الاجتماعيين من القيادات التي تؤثر في موضوع واحد. في حين أن ناظر المدرسة من القيادات التي تؤثر في أكثر من موضوع واحد. وأظهرت الدراسة أيضاً أن قيادات الرأي أكثر من غيرهم (اتباعهم) تعرضاً لوسائل الاعلام وأكثرهم ابتكاراً واتصالاً بمسئولى التفسير.

وأظهرت الدراسة بشكل عام أن قادة الرأي يلبون دورهم القيادي ليس فقط لأنهم يتصرفون بسميات أو صفات معينة ولكن أيضاً لسهولة اتصال اتباعهم بهم. ولم تؤكد الدراسة أن المكونات الاجتماعية لقادة الرأي أعلى من المكونات الاجتماعية لاتباعهم، ولكنها أظهرت أن الأبناء الأميين يعتمدون في تشكيل آرائهم

(1) Shahinaz Talaat, op. cit., 1976.

السياسية على أبنائهم المتعلمين أو الذين حازلوا في مراحل التعليم. غير أن هذا التأثير لم ينبع من المكانة الاجتماعية للأبناء كالمركز والوظيفة وإنما ينبع من التعليم.

وبينت الدراسة أيضاً وجود اتجاه محدد للمثقفين وهو أن يبادر تجاهل الناس لقادة الرأي التقليديين كلما كانت القرية أكثر محسوبة. ولقد تم التوصل إلى تلك النتيجة عندما تبين أن نسبة صغيرة فقط هي التي تذهب لإمام المسجد طلباً للمشورة والنصيحة وأن نسبة أكبر تذهب لذات السبب التي تلتزم المدرسة. وكلما زاد اتجاه وسلوك أهل القرية نحو التحديث والحسية زاد تواتر ظهور أنواع مختلفة من قيادات الرأي. وتخلص الدراسة إلى أنه إذا تبني قائد رأي فكرة مستحقة فقد يكون من الصعب وقف انتشارها خاصة أن كانت نابعة من الفلاحين أو أعضاء المجتمع الذي من بينهم قائد للرأي هذا.

ولقد وجد كامل مليكة<sup>(١)</sup> في دراسته على هيكل القيادة في المجتمع الريفي في قرية في الدلتا، أن هناك نوعين من المجموعات: مجموعة أكثر ثباتاً وتتألف من الأقارب ومجموعة أقل ثباتاً وتتألف من الاصطفاء. وتبين له أنه مازال لقادة التقليديين قوة في التأثير وأن التحكم في تلك القوة مازال في يد فئة مثل نائب المصور والشميع. وتبين له أيضاً أن لقادة الرأي دوراً كبيراً في تشكيل الاتجاهات والسلوك. ومن صفات قادة الرأي فقد وجد أنهم في معظم الأحوال أكبر سناً ومستوياتهم المهنية والتعليمية أعلى من غيرهم كما أن نسبة عضويتهم في الجماعات أكبر.

ووجد محمد عودة من دراسته على القيادة في قرية محسوبة أن هناك هراً قيادياً جامداً ومطلق يتصل بقرابة الهرم<sup>(٢)</sup>.

ووجد حماد مختار في دراسته<sup>(٣)</sup> لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

(1) Louis Kamel Melick, Leadership and Authority in the Arab Local Community, UNESCO, Occasional Paper IV, Sir elayyan, Egypt, 1966.

(٢) محمد عودة، القيادة في قرية محسوبة، دراسة ميدانية في إحدى قرى محافظة الدقهلية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ١٩٦٦.

(٣) حماد مختار الشافعي، دراسة تطيلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأي المحليين في الزيف، رسالة ماجستير، كلية الزراعة جامعة القاهرة، ١٩٧٣ م.

لقادة الرأي المحيطين في الريف أن قادة الرأي أكبر صتا من غير القادة وأكثر تطوعا وأن معدلات صفرهم القاهرة أعلى من غير القادة (قادة ٦٣.٦٪، غير قادة ١٦٪) وأن لهم أصدقاء مقيمين في القاهرة أكثر من غيرهم (قادة ٨١.٨٪، غير قادة ٧٧٪) وأنهم أكثر من غيرهم تروبا على مسمى الزراعة دائما (٢٧٪، ١٪) وعلى تفتيش المصحة (٢٧٪، ٦٧٪) وعلى تلك التحصيل (١٥٪، ١٪) وعلى وزارة الزراعة (٩٪، —) وعلى الاسترخاء الزراعي (٩٪، ١٪) وعلى الوحدات البيطرية دائما (١٢٪، ٨٪) ومن تبني الأفكار والممارسات الزراعية المستحضرة تربية نجاح أجني (٥٤.٥٪، ٨.٧٪) التامع على الموالف (١٨٪، ٠.٦٧٪) زراعة الليرة على خطوط (١٢.٦٪، ٢٠.٢٪) كما أنهم أكثر قراءة الصحف (٣٦٪، ٩٪) وأكثر ملكية لأجهزة الراديو (١٠٠٪، ٥٥.٧٪) وأكثر ملكية لأجهزة التلفزيون (٩٪، ١٪) وأكثر مشاهدة للتلفزيون (٩٪، ٢.٦٪) وأكثر قراءة للمجلات الزراعية (١٨٪، ٦٧٪).

ومن المنطق عليه أن هدفا من الأهداف القومية الأساسية لكل دولة، نامية كانت أو متقدمة، هو تحقيق أكبر قدر ممكن من التنمية القومية مع العمل على رفع معدلاتها أولا بأول. وتعد التنمية الريفية جزءا هاما ورئيسيا من التنمية القومية، ولذلك فإن تحقيق أعلى معدلات التنمية الريفية في مصر ورفع معدلاتها يعد هدفا جوهريا يجب تحقيقه باستمرار خاصة وأننا نملك مقومات أساسية هامة في هذا السبيل مثل القوة البشرية ومصادر الثروة الطبيعية كالأموال والطاقات الفعالة والنزعة الجيدة.

ولذلك فينبغي العمل على دفع مجلة التنمية الريفية والقضاء على أهم المشكلات التي تواجهها والتي أشرنا إلى بعضها مثل العائلات والتقاليد الراسخة التي تلف عانتنا أمام تبني الأفكار المستحدثة واستخدام أحدث أساليب التقدم العلمي والتكنولوجيا في الزراعة (والصناعة وكافة الأنشطة)، وأيضا لارتفاع نسبة الأمية وتشفى بعض الأمراض المزمنة (كالبهايمية) وهجرة بعض الأيدي العاملة الماهرة للمدن.

وفيما يلي بعض الاقتراحات لرفع كفاءة قادة الرأي لدى يقرها مهمتهم من أجل زيادة معدلات التنمية الريفية في مصر:

١-التشديد على اعداده، وتنفيذ، برامج تدريب متخصصة لقادة الرأي حسب تخصصاتهم تتضمن تعريفهم بالامساكيات الحديثة في الاقتناع بما يؤدي الى تبني الفلاحين الافكار المستحدثة لتحقيق معدلات التنمية المطلوبة.

٢- أن يكون تركيز البرامج على المواد والموضوعات الهامة التي تساعد قادة الرأي على تنفيذ مهمتهم بفاعلية ويمكن في هذا عرض نتائج دراسات وأبحاث مقارنة على مشكلات معاملة لمشكلات الريف المصري.

٣ - يمكن أن ينقسم برامج التدريب لعرض نوعين أساسيين من مشكلات التنمية وكيفية حلها:

أ- مشكلات السامة مثل مكافحة انتشار المخرات وتنظيم الأسرة.

ب - المشكلات المعتادة مثل مقارنة الافات ورفع معدلات الانتاج الزراعي والصناعي وتحسين نوعية الخدمات...

٤- تشجيع قادة الرأي ومنع أو تقليل الهجرة الى المدن والى خارج مصر ويمكن في هذا اتباع ما يلي:

أ- اجراء مسابقات دورية لقادة الرأي حول النتائج التي تحلقت في قراهم مثل زيادة معدلات تبني الافكار المستحدثة، وتقص معدلات المرض وزيادة معدلات الانتاج... على ان يمنح الفائزون جوائز مالية مناسبة.

ب- تنفيذ برنامج تدريبي مركزي لجميع قادة الرأي، في القاهرة مرة أو مرتين في السنة بهدف متابعة اتباع قادة الرأي للوسائل التكنولوجية الحديثة في مهامهم بالقرى. على أن يمنح لوائل هذه البرامج جوائز مالية أيضا.

ج- تصحيح مستويات معيشة قادة الرأي وإيجاد أماكن مناسبة لهم يمارسون فيها مهامهم على أن يتم تجهيز هذه الأماكن والمعدات بالأجهزة اللازمة.

د- منح قادة الرأي أراضي لاستصلاحها ومساعدتهم على هذا، ولتساعدهم ومزية مع اعتبار ذلك نواة لتوسيع رقعة الأرض المزروعة.

هـ- أن يراعى في برامج تدريب القادة التغييرات التي حدثت والمتوقع حدوثها، على افكار واتجاهات وآراء (وكافة المكونات النفسية) للفلاحين كنتيجة طبيعية لتطور السرب نحو العصرية وحيث يتم تسليح هؤلاء القادة بمطومات وافكار ووسائل اقناع اكثر تأثيرا واكثر فاعلة لتحقيق التنمية المستهدفة.





## الفصل الثالث

### التأثير في نظريات الاتصال

يهدف هذا الفصل عرض أهم النظريات عن تأثير الاتصال على الجمهور المنطقي لوسائل التنمية وإذا تمكنا من عرض صورة دقيقة للجانب النظري لتأثير الاتصال فإن ذلك قد يساعد المستوعبين عن تنظيم الأسرة في القيام بعمليات اتصال أكثر فاعلية.

ومهما يكن من أمر فإن الدراسات والبحوث مازالت جارية للتوصل إلى نظرية شاملة يمكن أن تشرح وبأسباب تأثير الاتصال الجماهيري على المطلقين، وهو هدفنا يجب أن تسعى إلى تحقيقه باستمرار.

ويبدو أن النظريات التي تناولت تأثير الاتصال الجماهيري على المطلقين تكوّن في حلقه أو في دائرة. ذلك أننا نجد أن نظرية ماضي السائدة والمتشعبة في وقت ما ثم تمر فترة من الزمن، قد تطول أو تقصر، فتنفجر بدلا منها نظرية أخرى قد لا تكون مفاهيمها هي ذات مفاهيم النظرية الأولى ثم تصبح هي النظرية السائدة، وبعد فترة أخرى قد تعود مرة أخرى لنظرية كانت سائدة من زمن مضى.

وفي خلال الخمسين سنة الأخيرة أي منذ سنة ١٩٤٠، تناولت كثير من الدراسات الاتصال الجماهيري بالبحث المتعمق وموضوعية، ومن هذه الدراسات نموذج «الحقنة التي تعطي تحت الجلد» الذي أشرنا إليه ونموذج التأثيرات المحدودة، وكذلك هناك نموذج التأثيرات الممتدة الذي ساد فترة من الزمن، ثم تحول النظرية وفقا لبعض الدلائل إلى نموذج آخر هو نموذج «التأثير القوي».

وتختلف كل نظرية من هذه النظريات أساسا في حجم ودرجة التأثير، الذي تراه للاتصال الجماهيري على المطلقين. وتختلف أيضا في جوانب ونواحي أخرى يمكن أن تظهر في شكل رقم (٧). يبين حجم التأثير والفترة التي استمر فيها النموذج سائدا ومتشعرا.

ونعرض بإيجاز فيما يلي بعض النماذج التي تكلمت عن تأثير وسائل الاعلام على الجمهور المتلقي وسيتم ذلك العرض بدءاً بالنماذج التي نشأت أولاً. ويمكن الاستفادة من تلك النماذج في فهم المتلقي ووضع خطة لحملات التوعية الاسرة أكثر فاعلية.

### نموذج الاعلام القوي

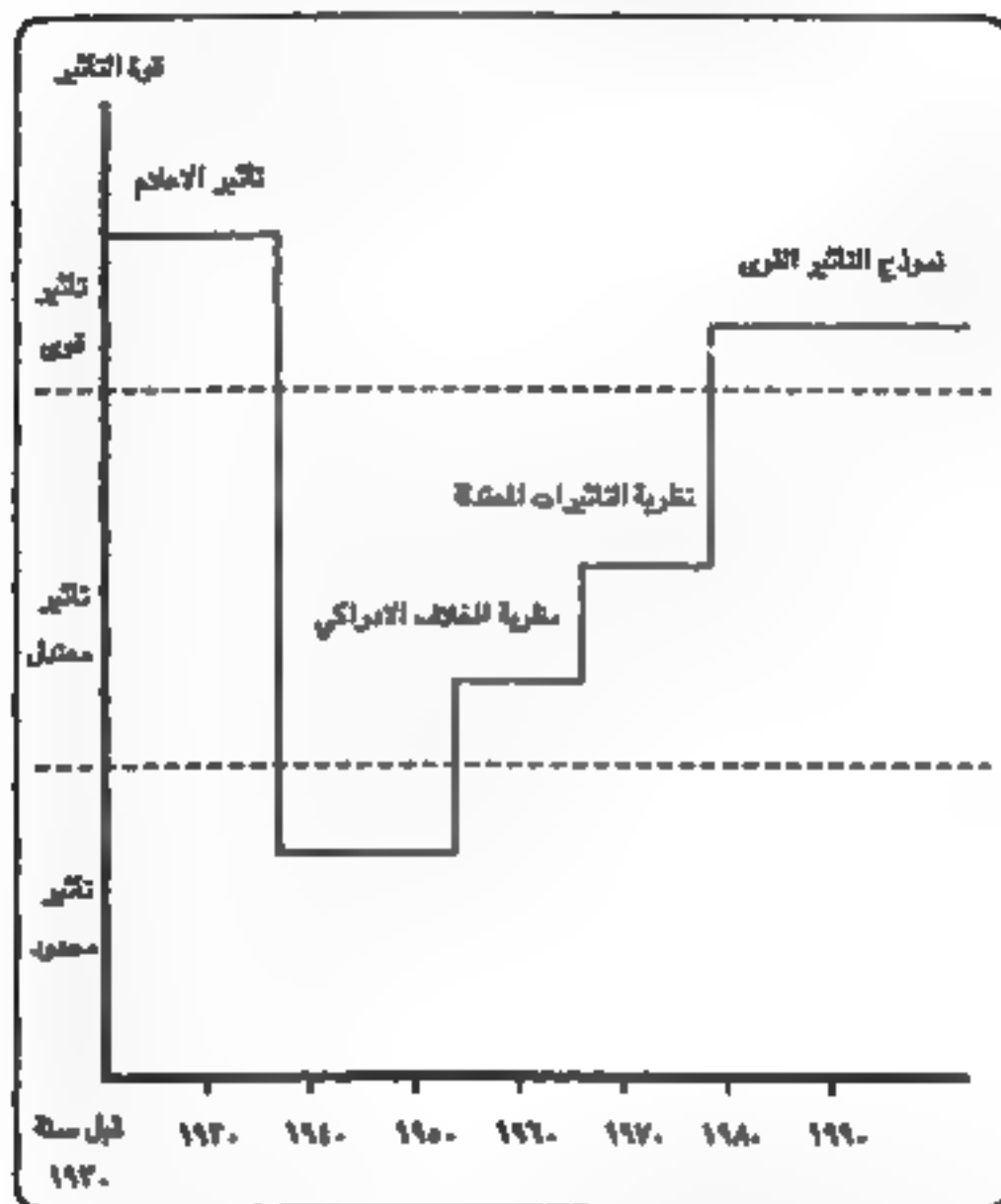
#### *The Powerful Effects Model*

ساهمت نظرية «الحقنة» التي تعطي تحت الجلد دواء كما يطلق عليها احياناً نظرية التأثير - استجابة الميكانيكية في ظهور نظرية التأثيرات القوية وكان مفهوم نظرية الحقنة أن لوسائل الاعلام قدرة التأثير وبقوة على الجمهور المتلقي أي أن تلك النظرية ارتبطت بقوة التأثير ثم بالدعاية في الحرب العالمية الأولى. واستمرت هذه النظرية مساندة في السنة التي سبقت الحرب العالمية الثانية حيث خُفِضَ الناس، مسئولون وغيرهم، في الولايات المتحدة الأمريكية من دعاية «عظيمة» ومن إمكانية استخدام أساليبه في الدعاية للوصول إلى السلطة فيها، هذه الأساليب التي تعتمد في جانب كبير منها على وسائل الاعلام. ومن ثم وكره فعل لهذا المفهوم تم في الولايات المتحدة الأمريكية إنشاء مؤسسة لتحليل الدعاية التي بدأت نشاطها بحملات اعلامية مكثفة لتعليم الشعب الأمريكي الوسائل الفنية للدعاية وكيفية مواجهة أي حملات مضادة.

وتقول نظرية الاعلام القوي أنه إذا تم عرض التأثير وهو رسائل ووسائل الاعلام على الجمهور فإننا سنحصل منه على استجابة موحدة على تلك الرسائل. أي أن رد فعل الجمهور المتلقي لرسائل ووسائل الاعلام يتم بشكل موحد وللقائى بون تفكير صديق ودراسة متقبة لاحتويات تلك الرسائل.

وبالرغم من أن معظم بحوث الاتصال قد رفضت تلك النظرية فإن بعض المفكرين مازالوا يؤمنون بها ويعتبرونها نظرية صحيحة ومسالحة. ولكن، إذا كانت تلك

شكل رقم (٧)  
أهم النماذج عن تأثير الاتصال الجماهيري  
على الجمهور المتلقي خلال الخمسين سنة الأخيرة (\*)



(هـ) تم رسم الخطوط الرأسية مستقيمة واحدة كما يرى البعض حتى يعبر الرسم عن حقيقة التغيرات من انتشار نموذج بدلاً من انحداره. تحدث عادة في ذات السنة التي يكون النموذج الأول سارياً ومنتظراً . ولا تأخذ عادة فترة طويلة في حدوثها

النظرية، بالفعله صحيحة فان معنى ذلك ان تبني المفروضات لرسائل وسائل الاعلام يكون ١٠٠٪ وإذا صحبنا ذلك على تنظيم الاسرة مثلاً فإنه من اللازم أن يكون معدل التبني في المناطق التي تمت فيها حملات الاتصال الجماهيري عن هذه الفكرة المستهدفة، بواقع ١٠٠٪ فيتبني جميع المطلقين لرسائل تنظيم الاسرة تلك الرسائل وهو أمر لم يحدث وقد لا يحدث فيما يتطرق بتنظيم الأسرة. ويمكن التحقق من هذا بالرجوع الى البحوث التي اجريت عن تعرض المطلقين لرسائل الاعلام عن تنظيم الاسرة وتنتج تلك البحوث وهي كثيرة جداً (أكثر من ٥٠٠ بحث). منها ما يستهدف المعرفة بتنظيم الاسرة والاتجاه والممارسة، وقد اجريت في أكثر من خمسين دولة من دول العالم لم يكن معدل التبني فيها ١٠٠٪<sup>(١)</sup>.

## نموذج التأثيرات المحدودة

### *Limited Effects Model*

بدأت نظرية التأثيرات المحدودة في الظهور سنة ١٩٤٠ وقد اجريت دراسات كثيرة على التأثيرات المحدودة للاتصال الجماهيري، ومن هذه الدراسات الهامة دراسة هولاند، التي لجراها على القوات المسلحة الأمريكية والتي بينت ان الاعلام الترويجية كان لها تأثير في نقل المعلومات وليس في تغيير الاتجاهات<sup>(٢)</sup>.

وقد شرح جوزيف كلاير، بتفصيل واسهاب نموذج التأثيرات المحدودة في كتابه تأثيرات الاتصال الجماهيري. وقد توصل «كلاير» Klapper الى خمس تصنيفات من تأثيرات الاتصال الجماهيري<sup>(٣)</sup> ومن أهم هذه التصنيفات:

(١) شاميتاز طاعت- رسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة مكتبة الانجلو ١٩٨٠

(2) Hovland, 1949, op. cit.

(3) Klapper, 1960, op.cit p.8

## ١ - تأثير الاتصال الجماهيري :

هو عبارة تأثير ضروري وكافي على الملتحقين ولكنه يقوم بتغطية هذه ضمن مجموعة من التغيرات والمؤثرات الوسيطة (التي تتوسط بين وسائل الاعلام وبين الجمهور).

## ٢ - للتغيرات الوسيطة في الاتصال الجماهيري:

تجعل وسائل الاعلام عاملاً مساعد وليس العامل الوحيد في عملية تدعيم الظروف والاحوال القائمة.

ومن هذه المتغيرات الوسيطة التي اشار اليها «كلاب» ، العوامل الانشائية والتي تبين ان: التعرض الانتقائي لرسالة الاتصال الجماهيري والادراك الانتقائي من رسالة الاتصال والتذكر الانتقائي لمحتوياتها. هي كلها لا تتم تلقائياً من المتلقي الا اذا كانت رسالة الاتصال الجماهيري تتفق مع اتجاهاته القائمة.

ومن اجل هذا فان وظائف رسالة الاتصال الجماهيري تقويه الاتجاهات القائمة وليس تغيير أو تحويل هذه الاتجاهات.

وارتباطا بما تقدم فان في استطاعة وسائل الاعلام ليس فقط - وكما جاء بالدراسة المتقدمة - ان تجعل المتلقي يتعرض لرسالتها انتقائياً طالما كانت تتفق مع اتجاهاته بل يمكنها ايضاً ان تركز انتباهه على موضوعات معينة وقضايا قومية وقد تبين مثلاً في دراسة عن التنمية الاجتماعية ومعرفة الجمهور المتلقي بمشكلاته القومية ان حوالي ٨٩٪ من عينة الدراسة حصلوا على معلوماتهم عن تلك المشكلات من وسائل الاعلام مباشرة وفي دراسة عن تنظيم الاسرة فان ٧٣٪ من عينة هذه الدراسة طموا تنظيم الاسرة من وسائل الاعلام. وبنيت دراسات اخرى ان وسائل الاعلام تعتبر من احسن الوسائل التي تؤدي الى تأكيد وتثبيت القرار عن تنظيم الاسرة.<sup>(١)</sup>

(١) شاهيناز بالعب- مصغر سابق- ١٩٨٠ ص ٢٧٤.

## نظرية الخلاف الإدراكي

### *Cognitive Dissonance*

مفهوم هذه النظرية قد يشبهه إلى حد ما المفهوم عن العوامل الانتقائية فالمتلقى طبقاً لهذه النظرية يريد أن تكون معتقداته عن الأشياء واحكامه عليها ثابتة مع بعضها.

وإذا طبقنا تلك النظرية على فكرة تنظيم الأسرة نجد أنه بينما تؤكد رسائل الاتصال من أجل تبني هذه الفكرة أن الأسرة الصغيرة (أيها ٢ أطفال على الأكثر) هي أسرة سعيدة، هذه الرسائل يمكن أن تخلق خلاف إدراكي مع الأفراد الآخرين الذين يعتقدون أن أسرة كبيرة (أيها أكثر من ٢ أطفال) تعتبر أسرة متماسكة قوية تساعد رب الأسرة في أعمال الزراعة في الريف.

وقد وضع ليفون فستينجره نظرية الخلاف الإدراكي سنة ١٩٥٧ حيث أكد أنه يمكن تقليل الخلاف أو التباين الناتج من هم ثبات المعتقدات والاحكام والسلوك، إذا تم إدخال عنصر جديد في عملية الاتصال يؤدي إلى أن تكون المعلومات ثابتة مع أفكار وسلوك المتلقى ولذلك نجد أن المتلقى لا يتعرض - بل ويفلق - أي اتصال آخر يتعارض مع فكرة<sup>(١)</sup>.

وقد أجرى فستينجره بحثاً عن التدخين والاتصال توصل فيه إلى أنه كلما زاد عدد الأفراد المدخنين، وزادت بالتالي عدد السجائر التي يتم تدخينها يومياً، كلما انخفض عدد الذين لفتتوا بوجود ارتباط بين التدخين وبين إصابة المدخن بسرطان الرئة، والعكس صحيح. وإذا طبقنا نفس المفهوم على تنظيم الأسرة نجد أن لرياء الأسرة الذين لديهم أكثر من ثلاث لطفال (وأولاد) لا يعتقدون بأهمية وأهمية تنظيم الأسرة وعلى العكس من ذلك فإن الوالدين في أسرة صغيرة يعتقدان بأهمية تنظيم الأسرة ولكن الأسرة الصغيرة أسرة سعيدة قد لا تقابلها مشكلات مالية

(1) Festinger, (1954), op. cit.

(وبغيرها) كالتى تقابل الاسرة الكبيرة. ولكن اذا اضلنا فى عملية اتصال تنظيم الاسرة هنا عنصرا جديدا مثل العواجز فانه ذلك قد يدفع أصحاب الراى الأول- الذين لا يهتمون بتنظيم الاسرة ولا يتبنونه - الى التخلي عن رأيهم ويقومون بعملية التبنى.

ومن المتغيرات الاخرى التى لها تأثير على تغيير الاتجاهات طبقا لهذه النظرية، التجمعات وقادة الراى والانماط الاجتماعية.

### نموذج التأثيرات المعتدلة

#### *The moderate Effects*

اجريت فى السبعينات دراسات وبحوث متعددة على تأثير وسائل الاعلام على المتلقين وقد اظهرت نتائج تلك البحوث ان لوسائل الاعلام تأثيرات معتدلة على الجمهور المتلقى.

وقد اشتملت تلك الدراسات على عدة مداخل:

- نموذج البحث من الخطوات
- مخطط الاستخدام والقباع الحاجات.
- وظيفة جدولة الموضوعات الامراكية
- نظرية النمط الثقافي.

وتشترك هذه المداخل فى مفهوم واحد وهو ان نموذج التأثيرات المحدودة قد بالغ فى الاشارة الى انخفاض تأثير الاتصال الجماهيرى على المتلقين. وذلك على الرغم من اننا قد نجد، فى بعض الاحوال للاتصال الجماهيرى بعض التأثيرات الهامة.

يستعرض فيما يلي بإيجاز وبشكل عام المناخل السابق الإشارة إليها والتي تتضمن تأثيرات معتلة:

## ١- نموذج البحث عن المعلومات

### The Information seeking paradigm

يركز نموذج البحث عن المعلومات على سلوك الفرد في البحث عن المعلومات وبحلول التعرف على العوامل التي تتحكم في هذا السلوك. ويمثل هذا النموذج تحولاً من التركيز على مصدر الاتصال الجماهيري أو التركيز على رسالة هذا الاتصال - وهو ما كان منتشرًا في دراسة سابقة - إلى التركيز على المثلث ذاته وهو أساساً هدف عملية الاتصال.

وقد نُقِرت الدراسات التي أجريت على نظرية البحث عن المعلومات بالتعرض الانتقائي. حيث حاولت كثير من الدراسات أن تفسر التنبؤ بأسباب التعرض الانتقائي بأن افترضت أن الناس يختارون المعلومات التي تتفق مع اتجاهاتهم. وقد أيد جانب من الدراسة هذا التنبؤ والبعض الآخر لم يؤيده<sup>(١)</sup>. ويبدو أن نموذج البحث عن المعلومات قد أصبح، وإلى حد ما، مضافاً لمدخل الاستخدام والشباع<sup>(٢)</sup>.

## ٢- مدخل الاستخدام وشباع الحاجات:

### The Uses and Gratification Approach

يحاول مدخل الاستخدام وشباع الحاجات أن يحدد الوظائف التي يفيها الاتصال الجماهيري للجمهور المتلقي ويتم ذلك بشكل كبير عادةً بسؤال هذا

(1) D.O. Sears and J.L. Freedman "Selective Exposure to Information", in Schramm and Roberts, (1971) op. cit., pp 209 - 234.

(2) C. Atkins "Instrumental Utilities and Information Seeking" in Peter Dacke (ed) New Models of Communication Research, Beverly Hills, Sage (1973).



الجمهور، وكما وجدنا في نموذج البحث عن المعلومات من أنه يمثل تحولا من التركيز على مصدر الرسالة الاتصال الجماهيري إلى التركيز على المتلقي - فإن المدخل الاستخدام واشباع الحاجات يمثل أيضا تحولا من التركيز على أهداف المصدر إلى التركيز على أهداف المتلقي وهو يختلف عن نموذج البحث عن المعلومات في أنه، وإلى حد ما مدخل أوسع وعلى الرغم من ذلك فإن المدخلين تم أدمجهما معا مؤخرا<sup>(١)</sup>.

ويذكر «كاتز» أن معظم بحوث الاعلام حتى السبعينات - عند ظهور نظرية التأثيرات المعتدلة - كانت تهدف إلى التحقق من تأثيرات حملات الاقتناع على الجمهور المتلقي. وقد ذكر كاتز أن بحوث الاعلام حتى هذا الوقت كانت تهدف معرفة الاجابة على السؤال التالي «ماذا تفعل وسائل الاعلام الناس؟» وقد اقترح «كاتز» أن يتم التحول عن هذا السؤال إلى سؤال آخر: ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام؟

وقد قام «كاتز» بتلخيص البحوث التي أجريت مؤخرا على جمهور المتلقي فيما يتعلق بنموذج الاستخدام واشباع الحاجات بامتنان ان اهتمام الجمهور قد انصب على الحاجات الاجتماعية والنفسية تلك الحاجات التي عن طريقها يمكن معرفة التوقعات عن وسائل وسائل الاعلام أو المصادر الأخرى، والتي تؤدي بالتالي إلى وجود أنماط مختلفة للتمرض لوسائل الاعلام والذي ينتج عنه الاحتياج لاشباع حاجات ما وإلى نتائج أخرى قد لا تكون في معظمها متوقعة<sup>(٢)</sup>.

وتظهر البحوث على نموذج الاستخدام واشباع الحاجات وجود فروقات في تأثير البرامج التي تعرضها وسائل الاعلام يوميا، ويمكن ان تستخدم نتائج البحوث

(1) J.G. Blumfer and E.Katz(ed) The Uses of Mass communication , Beverly Hills, Sage (1974).

(2) R.A. Bauer, The Obstinate Audience in Stramm and Roberts (Eds) 1971 of. cit., pp 326-346.

على اشباع حاجات المثقفين في تغيير سياسات وسائل الاعلام التي لا تساعد على تلبية حاجات ورغبات وتوقعات الجمهور المثقفي<sup>(١)</sup>.

وفي رأيي ان المحقق لك - أي المثقفي - هو الذي يحدد الوسيلة التي سيتعرض لها ومن المتوقع ان يتخذ قراره هذا استنادا الى درجة الاشباع التي ستحققها تلك الوسيلة له.

وهي تلك فان منخل الاستخدام واشباع الحاجات قد يعطي أدراكا جديدا من تأثير وسائل الاتصال الجماهيري. ذلك ان هذه التأثيرات تعتمد على احتياجات الجمهور المثقفي ودوافعه.

### ٣- وظيفة جدولة الموضوعات الابراكية :

يمكن أن نقول من وظيفة جدولة الموضوعات الابراكية التي تقوم بها وسائل الاعلام أنها قدرة تلك الوسائل على اختيار مسائل أو موضوعات معينة ترى أن المثقفي يرضخ في التعرض لها فتعرضها عليه وتؤكد عليها. ومن ثم فان وسائل الاعلام تعد رسائلها بشكل يدرك معه الجمهور المثقفي أهميتها. ويمكن أن نضع هذا المفهوم في اصطلاح سببي أو علاقة سببية كما يلي:

انه عندما تزداد أهمية مسألة ما فان عرضها في وسائل وسائل الاعلام يسببه أو يؤدي الى أدراك المثقفي لأهمية هذا الموضوع<sup>(٢)</sup>.

واستنادا الى هذا فانه باستطاعة وسائل الاعلام أن تحسب مشكلة تزايد اعداد السكان مثلا على اعتبار أنها مسألة قهرية وأن تبين تنظيم الاسرة هو أمر حيوي وضروري لحياة الفرد.

(1) Westley, B.H. "Review of the Emergence of American Political Issues Journalism Quarterly 1977 pp 172-73.

(2) M.E. Mc Combs and D.L. Shaw " The Agenda- Setting Function of the Press" in D.H. Shaw and M.E. Combs, (Eds) The Emergence of the American Political Issues, St. Paul Minn: West, 1977, pp 1-18.

أذن فإن لوسائل الاعلام قوة وقطرة على التأثير على الاحداث الهامة التي تتوارد في الجهاز الابرأكى للمتلقي. فنجد أن الصحيفة مثلا هي المحرك الاساسى للجمهور المتلقى فى أن يقوم بجولة الموضوعات الابرأكية عن الاحداث القومية. وهى تلعب دورا كبيرا فى تحديد الموضوعات التى سينتظم عنها الناس والمفاتيح التى سيفكرون فيها والطرق التى سينتظر اليها معظم المتلقين على أنها هى تلك التى يجب اتباعها عند التعامل مع المسألة أو المشكلة. (١).

وقد أشرأ «روسلى ماكليهن» نموذجا بين أن وجود وسائل الاعلام مؤهون بإمكانياتها فى إعطاء الجمهور المتلقى الشئ الذى يريد، أى إمكانيتها فى إضباع حاجاته. ومن ثم فإن من خصائص وسائل الاعلام أن لديها القدرة على التأثير وأجراء التفسير الابرأكى عند المتلقى، وأنها تشكل تفكيره، وهوما يعتبر أهم وأكبر تأثير ممكن لها على المتلقى، أى أنها بذلك تعمل على تنظيم أذهان العالم من أجلنا. ولكن ومع ذلك فإن الصحيفة قد تختلف بعض المسائل التى ليس لها أهمية كبيرة عند المتلقى ثم تعرضها عليه فى أوقات معينة فيقوم بجولة هذه المسائل فى ذهنه (٢).

#### ٤ - نظرية الانماط الثقافية :

تفكر نظرية الانماط الثقافية أن لوسائل الاعلام تأثير غير مباشر على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الانماط الثقافية. وتعتمد هذه النظرية على أن باستطاعة وسائل الاعلام من خلال العرض الاختيارى لمسائل والتركيز عليها، خلق أنماط معينة لدى المتلقين يمكن معها تكوين انماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة (٣).

(١) S (Askamp, Attitudes and Opinions, Englewood Cliffs, N.J: Prentice - Hall, 1977.

(2) Wootley, op. cit, 1978.

(3) Deffleur Melvin Theories of Mass communication - New York: David Mc. Kay, 1970.

وطالما أن الأنماط الثقافية ترشد الفرد إلى اتخاذ سلوك ما نحو مسألة ما فإن وسائل الإعلام ستؤدي دورا غير مباشر في التأثير على الجمهور المتلقي. ومن ثم فإن هذه النظرية تشبه وتطابق جدولة الموضوعات الإبراهيمية التي تبين أن وسائل الاتصال الجماهيرية تشكل «الصورة في أذهانتنا» نحو مسألة ما. وقد تناولت كتابات عديدة مثلا تأثير التلفزيون على أنماطنا من العنف. وبينت الأبحاث أنه كلما زادت ساعات مشاهدة التلفزيون كلما كانت نظرة المشاهدين للعالم أنه مكان «سيء وخطير» كما بينت أيضا دور الإعلام في تشكيل القيم والأنماط وعلى الأخص فيما يتعلق بالماديّة والاستهلاك<sup>(١)</sup>.

### نموذج التأثير القوي

وهذا النموذج يختلف عن نموذج الإعلام القوي كما سنوضح. وقد بدأ نموذج التأثير القوي في الظهور لآخر السبعينات، وقد أجريت دراسات عديدة منه تبين أنها اتفقت على أنه قد يكون للاتصال الجماهيرية تأثيرا قويا إذا أتت بمبادئ الاتصال عند أعداد البرامج أو الحملات.

#### ومن مبادئ الاتصال:

١- أن التأثير القوي قد يظهر عندما يتم تكرار الرسائل خلال فترة معينة من الزمن. ويظهر هذا التأثير في الرسائل المكررة بدرجة أكبر من ظهوره في وسائل واحدة.

٢- من المهم أن يتم تحديد الجمهور المتلقي مع التركيز عليه.

٣- يجب أن تحدد أهداف الحملة بدقة وحداثة فائقة. كما يجب أن ترتبط رسائل الاتصال بهذه الأهداف.

(1) G. Gerber and L. Gross "The Scary World of T.v. heavy viewing," Psychology Today, 11: 1979, pp 41-45.

1- يمكن استخدام الأفكار المنبثقة من نظرية الاتصال في تنمية الموضوعات والرسائل والرسائل<sup>(١)</sup>.

ولم دراسة قامت بها الباحثة الألمانية في علم الاتصال واليزابيث نويل نيومان، ونشرت في سنة ١٩٨٢ ذكرت أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على الرأي العام. وقد قلل من شأن هذا التأثير وكما أشرنا، بعض المفكرين في الماضي القريب ولم تتم متابعة هذا التأثير وكانت الأبحاث فيه محدودة<sup>(٢)</sup>.

وقد اقترحت الباحثة وجود ثلاث خصائص تميز الاتصال الجماهيري، وهي الجمع والانتشار والاتفاق وتذكر الباحثة أن الخصائص تتحد معاً لكي تعطي تأثيرات قوية على اتجاهات وأراء الجمهور المتلقي وتقول الباحثة أن المقصود من خاصية الاتفاق أن الاتصال يعرض صورة موحدة لحدث ما أو مسألة ما يمكن تطويرها وهذه الصورة تعرضها عادة صحف مختلفة على صفحاتها كما يعرضها التلفزيون. وتلعب خاصية الاتفاق هذه أنها تقطب على التعرض الانتقائي - طالما أن الجمهور المتلقي لا يمكنه اختيار أي رسالة أخرى - وأنه يعطي الانطباع بأن معظم الجمهور مضطور أن يترك المسألة بالطريقة التي عرضتها بها وسائل الإعلام.

وتربط نويل نيومان الفكرة التي طرحها عن خاصية الاتفاق بفكرة "ليمان" في الماضي، بأن وسائل الإعلام تعطي صورة معينة للحقيقة، ولا تعطي الحقيقة نفسها.

وتذكر الباحثة أن هناك عدة عوامل تتفاعل معاً لكي تنتج خاصية الاتفاق. ومن هذه العوامل:

القيم الأخلاقية المشتركة بين الناس، والاعتماد المشترك على مصادر المعلومات، وقد توصلت الباحثة نويل نيومان إلى نظرية "التزام الصمت" (وقد

(1) Elizabeth Noell - Neuman " Return to The Concept of Powerful Mass Media " Studies of Broadcasting , 1973, pp. 66-112

(2) Elizabeth Noell - Neuman, The Spiral of Silence, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1983.

اسميتها «الصمت الطنقني» "The spiral of Silence" وسوى هذه النظرية أن إدراك المطلق لتوزيع الرأي العام يؤدي به إلى التعبير عن رأيه.

فحينما يتعرض الناس لوسائل الاعلام يعرفون رأي الاغلبية تجاه مسألة ما ومن ثم فقلنا نجد أن الذين يرون أن رأيهم يتفق مع رأي الاغلبية هم أكثر من غيرهم رغبة في التعبير عن هذا الرأي. وعلى العكس من ذلك فإن الذين يجدون أن رأيهم يتفق مع رأي الاقلية وليس مع رأي الاغلبية يكون لديهم دافعا قويا «للالتزام بالصمت». ولهذا فقد نجد أن مجموعات من الأفراد - ومن المحتمل أن يكونوا ضمن الاغلبية - قد يفقدوا الثقة وينسحبون من النقاشات العامة في المسألة العامة فهم ينجبرون من مواقفهم وبسرعة. وارضاء لانفسهم فلتهم «يلتزمون بالصمت».

وقد لعبت وسائل الاعلام دورا هاما في تحديد المسائل موضع الاهتمام القومي. وذلك لأن هذا المدخل (التأثير القوي) قد يستخدم في تنظيم الأسرة، إذ تستطيع وسائل الاعلام أن تعطي صورة من خلال مسلسل يومي مضمونها مثلا أن أغلبية الجمهور يستخدم وسائل ضبط الانجاب وهي ما تجعل حياتهم أفضل وأسهل وأبعد وبهم أن نوضح أنه في أعداد ضخمة من وسائل اتصال تنظيم الأسرة لا ينبغي أن تشمل تلك الخصائص على مميزات استخدام وسائل هذه الفكرة فحسب بل لابد أيضا من عرض سلبياتها (أو مساوئها) - وبشكل لا يمنع من التنبؤ - حتى لا تتعرض تلك الوسائل لحماية ورسائل مضادة توقف أو تمنع حماية التنبؤ.

## الفصل الرابع

### التغيير الاجتماعى

قدمنا فى الفصل الأول عرضاً لموضوع الأعلام بعفاهيمه المختلفة ومشاكله المتعدده، وبعضها مما ظهر عنه فى صورة بحوث أو كتب مع شرح الدور الهام الذى يقوم به الإتصال الشخصى فى عمليات الإقناع والتغيير ثم تعرضنا فى الفصل الثانى لقادة الراى فى الريف المصرى ولدور هؤلاء القادة فى التنمية الريفية لما لذلك من أهمية فى التنمية ثم أوجزنا فى الفصل الثالث بعض نظريات الاتصال ومدى قوة وضعف وتأثير كل منها على الملتقى .

ونقدم فى هذا الفصل عرضاً لمفهوم التغيير الاجتماعى وطبيعة التطور الذى مر به ذلك المفهوم مع ذكر النظريات المختلفة التى ظهرت فى هذا المجال وكذلك مفاهيم المراحل المختلفة للتغيير سواء على مستوى التنمية للنظم الاجتماعية أو على مستوى العصرية بالنسبة للفرد فى المجتمع. طعماً بلن ما نريد التركيز عليه فى هذه الدراسة هو التنمية للنظم الاجتماعية.

هذا وقد دأب الإنسان دائماً على الاهتمام بالعمليات التى تؤدى إلى تغيير بيئته الاجتماعية، وقد زاد الاهتمام بالتغيير الاجتماعى فى السنوات الأخيرة أثر المحاولات الواسعة النطاق التى تبذلها الشعوب والهيئات الوطنية والىوية لإحداث التغيير الاجتماعى والاقتصادى لتوجه فى الدول الأقل نمواً فى اسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

وقد أوضح روجرز أن التغيير الاجتماعي هو العملية التي تحدث بواسطتها تغييرات في بناء النظام الاجتماعي ووظيفته، فمنها ثورة وطنية، واختراعات في إطار التكنولوجيا الصناعية، وتأسيس مجلس تحسين القرية، وتقبل الأسرة للأفكار المستحدثة<sup>(١)</sup>.

ويتشكل البناء الاجتماعي من مختلف الأوضاع الاجتماعية للأفراد والجماعات الذين يتكونون المجتمع. وأما عنصر الأداء داخل إطار هذا البناء فهو عبارة عن الدور أو السلوك الذي للفرد في وضع اجتماعي ما، وعليه فإن الوضع الاجتماعي والدور يتأثر أحدهما بالآخر. وعلى سبيل المثال فإن الوضع الاجتماعي لوزير التربية والتنظيم يحدد كيف يتصرف الفرد الذي يقوم بهذه الوظيفة خاصة بصفته الرسمية، حتى أنه إذا لم يتصرف على النحو المنتظر منه ربما تعرض لتغيير وضعه الاجتماعي. وبالمثل فإن البناء والأداء الاجتماعي مرتبطان بعضهما ارتباطاً وثيقاً ويؤثر كل منهما في الآخر، فإذا طرأ تغيير على أحدهما أثناء عملية التغيير الاجتماعي تثر الآخر بذلك التغيير أيضاً<sup>(٢)</sup>.

ويعتقد إيتزيوني "Etzioni" أن التغيير الاجتماعي قد ينبع من مناطق نظامية عديدة، محدثاً بذلك تغييراً في مناطق أخرى. وهذه بدورها تدخل كثيراً من التعديلات في الأسس الأصلية للتغيير. وتعد العوامل التكنولوجية والاقتصادية والسياسية والدينية والأيدولوجية والسكانية والطبقية من المتغيرات المستقلة المرتبطة التي يؤثر بعضها على البعض الآخر وفقاً لمسار المجتمع<sup>(٣)</sup>.

---

(1) Everett Rogers and Lynde Stearns, *Moderatization among Peasants* New York, Holt Rinehart and Winston, Inc. 1969, p. 3.

(2) Berka, 1960, op. cit., p. 135-147.

(3) Amitai Etzioni and Eva Etzioni, (eds) *Social Change*, New York, Basic Books Inc., (2nd - ed.) 1973, p.7.



## مصادر التغيير وأنماطها

نتناول هنا النظريات الكلاسيكية والنظريات الحديثة

### النظريات الكلاسيكية

يرى سبنسر "Spencer" أن نمو المجتمع هو عملية تطور، أي أنها نموذج أمثل للتطور العضوي لعملية نمو، تزيد التعقيد، وتزيد التمييز في البناء وفي الوظيفة كما تزيد من الاعتماد المتبادل والمتزايد بين الأجزاء المختلفة للمجتمع<sup>(١)</sup>.

ويرى كومت "Comte" أيضاً أن المجتمع إنما هو عملية تطور وتقدم، وقد عرف مهمته بأنها إيجاد الخصائص الموحدة التي تحكم هذا التقدم<sup>(٢)</sup>.

وأما سبنجلر "Spengler" فقد كانت له وجهة نظر معارضة يفسر فيها التشاؤم، ففي رأيه أن الوجود البشري ما هو إلا سلسلة لا نهائية من الارتفاع والانخفاض، وكل ثقافة مثلها مثل الإنسان، لها مراحل في الحياة من الولادة، إلى الطفولة، إلى النضوج، إلى الشيخوخة ثم إلى الموت.

ويرى سبنجلر "Spengler" أن الغرب قد تجاوز مرحلة النضوج، وهي التي أسماها «بالثقافة» وأن يخطو خطوات واسعة في مرحلة التدهور التي أسماها «بالمضارة»<sup>(٣)</sup>.

وقد شبه باريتو "Pareto" التغيير السياسي بدوران المجلة التي تنقل هي نفسها لا تتغير، فالتغيير لا يحدث استجابة للتعبئة السياسية بين الجماهير أو لصالح طبقات اجتماعية معينة وإنما هو مجرد شؤون متداخلة بين الصفوة من الناس<sup>(٤)</sup>.

(1) Herbert Spencer, Sociology, New York: Appleton and co. 1892, Vol. I pp. 437-585.

(2) Auguste Comte, System of Positive Polity, London. Longmans, Green and co., 1877, Vol. IV pp. 555-558.

(3) Oswald Spengler, The Decline of the West, New York: Alfred a. Knopf Inc. 1929, pp. 104-113.

(4) Vilfredo Pareto, The Mind and Society: A Treatise on General Sociology, Translated by A. Bongiorno and A. Livingston, New York: Dover publications Inc. 1935, pp. 1422 - 1432.

والنظرية الماركسية في أساسها نظرية تهدف إلى التقدم، ذلك أن التقدم نحو مجتمع لا طبقي يمر بتناوب من الصراع الجدلي، تلحق في كل منها الطبقة الحاكمة بالطبقة الحاكمة (مثل إطاحة البرجوازية بـ ديمقراطية) بهدف إقامة مجتمع جديد تنمو فيه طبقة جديدة محكومة لتعيد الكرة. هذا ولا تعد هذه الحلقات بلا نهائية أو بلا معنى. وقد رأى ماركس أن العجلة دارت الآن دورتها الأخيرة، وأن شكت القصة على نهايتها بقيام ثورة البروليتاريا إذ أن اقتصار البروليتاريا سيؤدي إلى ظهور مجتمع لا طبقي، أي مجتمع لا يعرف الصراعات الخطيرة وبالتالي لا يعرف الثورات<sup>(١)</sup>.

أما نظرة ويبر "Weber" للتفسير لذات فرعين، ففي رأيه أن البناء الاجتماعي يلحق بالتنمية الثقافية تحت تأثير قنرات من الجاذبية، يفتح منها البناء الاجتماعي لمرحلة إعادة التنظيم من طريق نظم تقامية أكثر منطقية<sup>(٢)</sup>.

وهذه النظريات الكلاسيكية في التفسير الاجتماعي ترى أن قوى التاريخ تنبع من داخل المجتمع الإنساني - من بناء الاقتصاد أو من ثقافته. ومن ثم، فإن هذه النظريات ترفض، خطأ، أسس علم الاجتماع المعاصر الذي نبذ تماماً عدداً آخر من النظريات التي ترى أن المجتمع والتفسيرات الطارئة عليه تحددها قوى تنبع من خارج النظام الاجتماعي وهي بذلك قد استبعدت النظريات التي تعزو التطور التاريخي للإنسان أساساً إلى قوى تفوق القوى الطبيعية وعوامل بيئية (مثل المناخ) أو بيولوجية (مثل الجنس)<sup>(٣)</sup>.

وعلى الرغم من أن هذه النظريات الكلاسيكية غير ملائمة إلا أنه لا يوجد لها بديل من النظريات الحديثة لتفسير الاجتماعي<sup>(٤)</sup>. إذ لا توجد نظرية كاملة لتفسير

(1) Karl Marx and Frederick Engels, Manifesto of the Communist party, New York: International Publishers, 1932 pp. 9-21.

(2) Max Weber, The Theory of Social and Economic Organization, translated by Talcott Parsons, New York: Oxford University Press, 1947 pp. 23 - 27.

(3) Elzioni and Elzioni, 1973, op. cit., p. 8.

(4) Elzioni, Elzioni, 1973, op. cit. p. 9.

الاجتماعي، كما لا توجد نظرية عامة كاملة الجوانب للمجتمع. وهناك نماذج مختلفة ولكن لا يوجد واحد منها يمكن القول عنه أنه يغطي جميع أشكال التغيير المحتملة، إن أن تنمية عدد من الوحدات الاجتماعية ربما تتبع أنماطاً مختلفة

### المفاهيم الحديثة

يقترح بارسون "Parsons" بعض العناصر لنظرية عامة للتغيير، وأهم نقطة يستعرضها هي التقدم الذي تحرر منذ أوائل الخمسينيات باعتبار أن التغيير لا يشكل إلا نوعاً من عدم التوازن - أو شيئاً يحافظ على التوازن - فحسب، بل أيضاً باعتباره عملية تتمكن بشكل محاسن من إحداث تغيير في التوازن نفسه. وقد بنى بارسون دراسته عن التغيير على فكرة التمييز والطرق الجديدة للتكامل التي تتطلبها فهي دراسة لإصلاح البناء الاجتماعي. وفي بدء العملية نرى متوازناً يتعرض للإضطراب لا في بعض أجزائه فحسب بل في كيانه وفي نهاية العملية نرى توازناً جديداً قد نشأ، وبمسح لنا النموذج بتطيل اتجاه بعض التغييرات النهائية والتنبؤ بها إلى حد ما ومن غير شك فإن نموذج التمييز يمكن أن يقدم العناصر المكونة لنظرية التغيير الاجتماعي<sup>(١)</sup>.

أما ستوارد "Steward" فإنه يبحث عن مدخل جديد لدراسة التطور، من شأنه أن يتحاشى هذه الهزات. فهو يقول أن هناك عدة أنماط يمكن لسير الحضارة أن يتبعها، وروى مع الدراسات التطبيقية أن تظهر الظروف التي تجعل مجتمعات ما يتبع هذا الطريق بدلاً من ذلك. وهكذا فعلى الرغم من التقطع والإيقاع الدوري للصعود الهبوط وخلافه، يبدو أن المجتمعات تتطور من المصير والبيئة إلى الكبير والمركب<sup>(٢)</sup>.

(1) Talcott Parsons, "Some Considerations on the Theory of Social Change", Rural Sociology, XXVI, 1961, No. 3, pp. 219 - 239.

(2) Julian Steward, "Cultural Evolution" Scientific American, CCXIV, 1956, No. 5 pp. 70 - 80.

ويستلزم تحليل كروبر "Kroeber" مدخلاً مرتبطاً بعلم الأجناس. فهو يرى أن انتشار الأفكار المستحدثة يهدف أساساً إلى تفسير التغيير في مجتمع ما عن طريق البحث عن أصله في مجتمع آخر. وهو يبين أن الانتشار من العوامل المهمة في تحليل التغيير<sup>(١)</sup>. ولكن الفاعل بالانتشار تجاوبوا الحد في محاولة بناء إطار لدراسة التغيير حول هذا المفهوم الواحد (انتشار الأفكار المستحدثة).

ويدرس إيتزيوني "Etzioni" الظروف التي تمكن المجتمع من توجيه العمليات التي تحكم حياة الناس وتعيد تشكيل مجتمعاتهم، بدلاً من أن تظل عرضة لقوى غير ماهرة أولاً يمكن التحكم فيها، حسب التعريف التقليدي. أنه يقول أن المتغيرات الحاسمة للتحويل هي المعرفة، والاستراتيجية والسلطة، والإجماع العام والتعبئة<sup>(٢)</sup>.

ولقد تعكست الدراسة السيكولوجية من جذب الأنظار في السنوات الأخيرة، ويرجع الفضل في ذلك إلى مساهمة ماك كليفلاند، وماجن "Mc Clelland and Hagen" في دراستهما عن التغيير المنصل بالتنمية<sup>(٣)</sup>. وحسب هذه الدراسة تتركز القوى الدافعة للمجتمعات ليس في عوامل بيئية أو أفكار أو صراع لجنماهي بل في الأفراد الذين يتمتعون بعواطف الإنجاز العالية - Achievement Motiva- tion. وإذا أردنا التنبؤ بمعدل مستقبل التنمية الاقتصادية لمجتمع ما، علينا أولاً أن ننظر إلى المستوى العام لروح المجتمع المفامر، كالذي ينعكس مثلاً في موضوعات «أحب الطفل» أكثر مما ننظر إلى العوامل الخارجية مثل شكل النظام الاقتصادي رأسمالياً أو اشتراكياً أو شيعياً. وينتشر النجاح الاقتصادي لدولة ما، كل التفرع بالدافع الفردي للإنجاز لدى المديرين سواء في الحكومة أو الأعمال الحرة.

(1) Alfred Kroeber, "Diffusionism" in Amitai Etzioni and Eva Etzioni (ed), 1973, op. cit., pp. 140 - 144.

(2) Amitai Etzioni, "Towards a Theory of Societal Guidance" The American Journal of Sociology, Vol. 73, No. 2, Sept. 1967 pp. 173 - 187

(3) - David Mc Clelland. The Achieving Society, Princeton, N.J., Van Nostrand, 1961.

- Everett Hagen, On the Theory of Social Change, Homewood, Ill. - The Dorsey Press, 1961.

ويكتسب الإنسان هذه القوة الدافعة للإنجاز في سنوات التكوين (مرحلة الطفولة) ثم يتأثر بالبناء الاجتماعي للأسرة والثقافة<sup>(١)</sup>.

### المجتمع المصري

لا تزال كثيراً من المجتمعات المعاصرة تقليدية في أساليبها بمعنى أن البناء الديموقراطي والاقتصادي والتعليمي والديني والسياسي فيها يشبه إلى حد كبير ما كان موجوداً منذ قرون سابقة قبل دخول العصرية إليها. فهذه المجتمعات تتأثر، ولا شك، بالاتصال بمجتمعات حديثة أخرى وذلك على الرغم من وجود قسطنطين وأفر من البيناميكية لتغيير فيها، وبناء عليه فقد بدأت الغالبية العظمى من هذه المجتمعات تخطو نحو العصرية على الرغم من اختلافها إلى حد كبير في طريقة البداية والتوقيت، والمرحلة التي وصلت إليها والسرعة والنظام، والطريق الذي سلكته في سبيل التنمية، بالإضافة إلى النتيجة النهائية التي تسمى إليها<sup>(٢)</sup>.

وقد قام كثير من الباحثين بدراسة عملية العصرية "Modernization" من وجهة نظر المجتمعات التقليدية أو الانتقالية المعاصرة وقد تبين لهم أن الانتقال من مجتمع تقليدي إلى عصري آخر يشمل ما يلي:

١- ثورة سكانية يهبط فيها بشدة معدل الوفيات والمزاييد

٢- الحد من نمو الأسرة وتضمنها.

٣- دمرة طبقات المجتمع لزيادة معدلات خفة الحركة.

٤- الانتقال من البناء القبلي إلى بيروقراطية من نوع ديموقراطي.

٥- الحد من تأثير الدين.

٦- فصل التعليم عن الأسرة وحياة المجتمع.

(1) David Mc Clelland, "Business Drive and National Achievement" Harvard Business Review, XL, 1962, No. 4.

(2) Etzioni, 1973, op. cit., p. 263.

٧- نمو الثقافة الجماهيرية التي يغذيها التعليم الجماهيري وتطوير وسائل الاتصال الإعلامية.

٨ - إتباع سياسة الاقتصاد الحر وزيادة التصنيع

ولكن حتى في أثناء حدوث هذه التغييرات الثورية، مثل تحول المجتمعات التقليدية إلى أخرى عصرية، تحدث تغييرات هامة داخل المجتمع العصري نفسه ويشير النمط العام للتغييرات أن عملية العصرية (على الأقل في بعض الدول الغربية) قد تمت، أو كانت، أو عبارة أخرى أن التغييرات الجوهرية للعصرية قد استنفدت<sup>(١)</sup>.

يرى ليرنر "Lerner" أن النموذج الغربي للعصرية يعرض مكونات معينة لها قيمة عالمية. ويقول أنه من الناحية العملية لن توجد زيادة ملموسة في محور الأمية إلا بعد أن تصل نسبة الحضرية "Urbanization" في دولة ما إلى حوالي ١٠٪. ولذلك فإن الحضرية ومحور الأمية ينموان معاً إلى أن يبلغا نسبة ٢٥٪. وحتى تصل نسبة الحضرية إلى ٢٥٪، حينذاك تتناسب العلاقة الوثيقة لنمو الوسائل الإعلامية مع الزيادة في محور الأمية. إن زيادة التعرض للوسائل الإعلامية أدت إلى زيادة إسهام الجماهير في الحياة الاقتصادية والسياسية (مثل دخل الفرد والتصويت في الانتخابات)

ويضيف ليرنر أن الدراسات الحديثة قد دلت على أن نفس النموذج الأساسي يعود إلى الظهور في جميع قرارات العالم بصرف النظر عن توجهها في اللون والعتيق والثقافة<sup>(٢)</sup>. وهذا يعني أن أهمية النموذج الغربي ليست فقط في قيمته الأثرية بل تمتد إلى مشاكل التنمية في الدول الماصرة في الشرق الأوسط<sup>(٣)</sup>

(1) Etzioni, 1973, op. cit., p. 177

(2) - Lerner, op. cit., p. 46,

- Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication in National Development" in Lerner and Schramm (eds) Communication and Change in the Developing Countries, Homelink: East-West Center press 1972, pp. 98- 102.

(3) Max Millikin and D.L.M. Blackmer The Emerging Nations Boston, Van Nostrand, 1961.

ويقول ماك كليلاند "Mc Clelland" إن جزءاً من عملية المعاصرة يشمل تعلم مهارات جديدة وقبول أفكاراً جديدة عن طبيعة العالم والعلاقات الإنسانية. أما الجزء الآخر من العملية فيقتضي قبول قيم جديدة وتغيير الأولويات. وهناك بعد آخر للعملية أكثر عمقاً ينادي بتغيير أساسي من أجل تبني الأفكار المستحصنة وتغيير الاتجاه الذي يظهر فيه أن الطاقات الإنسانية يمكن توجيهها توجيهاً سليماً، ومن الواضح أن المشاكل التي تعوق التنمية السياسية لا ترتبط بالتردد في اتخاذ القرار السليم بقدر ارتباطها بالاضطرابات الناتجة من تعدد الدوافع والرغبات والقدرة على الحسم في القرار.

وقد أمكننا في السنوات الأخيرة أن نزيد معرفتنا من أن مجرد تعطيل القيود التقليدية لبعض الناس لا يمكن أن تعني لنظائرهم في تحقيق أهدافهم الإنتاجية وتنمية قرائنهم على الإنجاز<sup>(١)</sup>.

يرى هرام "Schramm" أن التنمية تعني زيادة سرعة في إنتاجية المجتمع نتيجة لمهكنة الزراعة، وأن آلة الإنتاج هي نتيجة لاستعمال الأدوات البدائية في الزراعة وهم وجود أو نقل السماد، والافتقار إلى الآلات، مع وجود نسبة عالية للإستهلاك. ولكن هنا حصة متطلبات التنمية يجب أخذها في الحسبان وهي: التربية، نمو الأمية، التدريب، المهارات الميكانيكية، التعليم، تحسين الصحة، ووجود التسهيلات المعيشية<sup>(٢)</sup>. وتعد كل هذه متطلبات أساسية تمكن أية دولة من استخدام مواردها البشرية استخداماً كاملاً.

ويحل سملسر، وبارسون "Parsons, Smelser" عملية التغيير التي تتألف منها وظائف المجتمع الرئيسية استقلالا في البناء فمن طريق المعاصرة تبرز وحدات

---

(1) David Mc Clelland, "National Character and Economic Growth in Turkey and Iran." in Lucien Pye (ed) Communication and Political Development, Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963, pp. 152-181.

(2) Wilbur Schramm, Mass Media and National Development, California, Stanford University Press, 1964, p. 23

اجتماعية خاصة. وقد كانت الأسرة هي الوحدة التي يوجد من خلالها العمل والدين والتطعيم من بين أشياء أخرى. أما الآن فقد انتقل العمل إلى المصنع والمكتب، كما انتقلت الخدمات الفنية إلى الكنائس والمساجد، أما للتعليم الرسمي فقد انتقل إلى المدارس<sup>(١)</sup>.

ويصفه عامة فإن الانتقال ليس دائماً عملية سهلة، والعصرية لا يمكن أن تحدث دون إحداث تصدع في الأنماط القديمة.

وقد ناقش روستو "Rostow" التنمية الاقتصادية ومفهوم الانطلاق "Take-off" الذي أصبح منذ ذلك الوقت تعبيراً يستعمل في العلوم السياسية وعلم الاجتماع ففي رأيه أن الانتقال لو نقطة الانطلاق هذه تحدث خلال فترة محدودة من الزمن - جيل أو أقل - وأنه يحتمل أن تكون هذه النقطة نتيجة تنمية قطاعات اقتصادية معينة<sup>(٢)</sup>.

أما مور، وبنديكس "Moore and Bendix" فكلاهما يرى أن الطابع المميز للعصرية هو التصنيع، إذ أنه القاعدة للانطلاق الاقتصادي. كما يركز الكاتبان على المظاهر غير الاقتصادية للتصنيع، وأثرها أولاً على القيم والنواحي المعنوية<sup>(٣)</sup>.

وأما إيزنشتات "Eisenstadt" فيركز برأسه من العصرية على الإطار الاجتماعي السياسي ويرى أن الأزمات التي تواجهها العصرية في إنفونيسيا وباكستان وهورما والسودان جاءت نتيجة تصاعد في السلطة السياسية وتعبئة

---

(1) Neil Smelser, "Mechanism of Change and Adjustment of Changes" in Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds) The Impact of Industry, Paris: International Social Science Council, 1975.

(2) Walt Rostow, "The Take off into Self-Sustained Growth." The Economic Journal, LXVI, 1956, No. 261, pp. 25-48.

(3) - Reinhard Bendix, "Industrial, Ideologies and Social Structure," American Sociological Review XXIV 1959, No. 5pp. 616-623

- Wilbert Moore, "Labor Attitudes Toward Industrialization in Underdeveloped Countries" The American Economic Review XLV 1955, No. 2, pp. 156-165.



## الوحدات الاجتماعية مع الانتقال إلى تنمية موازية للنظام السياسي<sup>(١)</sup>.

ويتصل جوسفيلد "Gusfield" من حجم التغيير الذى تتطلبه المصرية. ويستتبع من هذا أنه ليس من الضروري إنشاء عملية التغيير أن يحل الحديد محل القديم، وبصفة عامة فإن قوى المصرية لا تضغط التقاليد<sup>(٢)</sup>.

ومن ناحية أخرى فليتنا لأزيد ما يدعو إليه محتويات الله من الحث على وجوه نمط أو هدف للتنمية لا يكون غريباً ولا يفرض على شعوب الدول النامية. فراه ضد النظرية التى تقول أن العالم بأكمله متجه فى حركة سريعة نحو نفس المصير ونفس نظام القيم الذى حدث للرجل الغربى. وهو لذلك يطلب مفهوماً جديداً للتنمية خاصاً لشعوب الدول النامية ولا يجب أن يقبل هذا المفهوم الاقتراحات القائلة بأنه من السهولة بمكان إحداث التنمية بأى مجموعة من القيم أو أن التقدم التكنولوجى لا يتم إلا على حساب كرامة الفرد. وهذا يتطلب أن تتبدع المجتمعات النامية طرقاً جديدة للتنمية يقوم الشعب بابتكارها ولا تكون مفروضة عليه، ولا يجب أن تفرض عليه من طريق الصورة الغربية أو من طريق نظام وطنى يميل إلى المصرية. يجب أن يكون النمط نابعاً من المجتمع وأن يكون وأيد اختيار حر للشعب فى أية دولة<sup>(٣)</sup>.

## عمليات التغيير

إذا نظرنا إلى تطويل معظم عمليات التغيير لوجدنا أن مختلف أجزاء أى نظام اجتماعى يعتمد بعضها على البعض الآخر بحيث أن أية تغييرات فى قطاع ما، تنجمها اضطراب تتطلب تغييرات للإصلاح فى القطاعات الأخرى، وذلك إذا ما

(1) S.N. Eisenstadt, Breakdowns of Modernization in Economic Development and Cultural Change Vol. XII, No. 4, July 1964, pp. 345-367

(2) Joseph Gusfield, "Tradition and Modernity: Misplaced Polarities in the Study of Social Change" in American Journal of Sociology, Vol. 72, No. 4, Jan. 1967, pp. 351-362.

(3) Atiya Inayatullah, "Toward a Non-Western Model of Development" in Lerner and Schuman, 1972, op. cit., pp. 98-102.

حرم النظام الاجتماعي على الإبقاء على نفسه، ويقول شرام "Schramm" أن جميع النظم السلوكية تحاول أن ترتفع بمستوى الأداء المرغوب إلى أقصى حد مع التقليل من التوتر والصعوبات إلى أدنى الحدود. وأن هذا الأداء المرغوب يعكس الحاجات والأهداف والقيم، بينما تعكس التوتر والصعوبات الشعور بالخيبة، والجهد المصحوب بسلوك في اتجاه معين، ومن الصعب بمكان حتى بالنسبة لأحسن الأجهزة الإدارية أن تستبعد الضغوط كلية، وبناء عليه فإن هدف القيادة هو أن تعمل في حدود مستوى مقبول من الضغوط<sup>(١)</sup>.

ويرى هاوسر "Hauser" أن المصور الأساسي للخلافات الاجتماعية اختراقة والضغوط لا يوجد في العلاقات بين الطبقات أو الأجناس ولكن يوجد بصفة عامة بين السكان في مختلف المناطق السكنية<sup>(٢)</sup>.

وأما ماك إيفر "Mac Iver" فيتناول العوامل التي تسرع بالتغييرات الاجتماعية الرئيسية. وهو يرى أنه من الخطأ النظر إلى مثل هذه العوامل على أنها منفصلة عن غيرها، بل يجب وضعها في إطار النظام ككل أثناء تفسيره<sup>(٣)</sup>.

ويعتقد ليرنر "Lerner" أن عملية العصرية تبدأ عندما يتب الفلاح إلى حق في حرية الامتلاك. وعندما يفكر ابن المزارع في تعلم القراءة لكي تفتح له أبواب العمل في المدينة وعندما ترغب زوجة المزارع في وقف إنجابها للأطفال وعندما تريد ابنة المزارع ارتداء ثوب جديد وأن تعتني بشعرها<sup>(٤)</sup>.

ومتى تم غرس بذور التغيير كان من الضروري أن نتعلم الكثير من المهارات الجديدة ابتداء من معرفة القراءة والكتابة إلى الزراعة والصحة وبعض الأعمال الفنية

---

(1) Wilbur Schramm, "Communication Development and the Development Process" in Pye, 1963, op. cit., pp. 30 - 57

(2) Philip Hauser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in American Sociological.

(3) R.M. Mac Iver, Social Causation, New York: Goss and Company, 1942, pp. 163 - 178.

(4) Daniel Lerner, "Toward a Communication Theory of Modernization" in Pye, 1963, op. cit., pp. 327-350, and p. 348.

كإصلاح السيارة. وكان من الضروري تعبئة الشعب للاشتراك في هذا المجهود الكبير وإقناعه أن يظهر نشاطاً في تنفيذ البرنامج، وأن يشترك في التخطيط والحكم، وأن يشد الأحزمة على البطون وأن يقوى عضلاته، وأن يعمل فترة أطول، وأن يتقرب حسن الجوار<sup>(١)</sup>.

ويتكلم كالفن "Kallen" عن الأفكار المستحدثة فيقول أنها ربما تكون ثلثانية أو لا شعورية، وغير مخطط لها، وربما تكون غير مرغوب فيها. وأن الأفكار المستحدثة وتبناها لا يحدثان بطريقة عفوية، ولكنهما يعتمدان على حاجات المجتمع الملحة، وعلى درجة عدم التنظيم، بالإضافة إلى مرونة المجتمع الذي أدخل فيه التغيير، والقاعدة هي أنه كلما زادت ديناميكية المجتمع كلما زاد استعدادة لقبول وتبني الأفكار المستحدثة<sup>(٢)</sup>.

أما لينتون "Linton" فيقول أنه حتى في المجتمع الواحد لا تتسارع فرض القبول لجميع أنواع الأفكار المستحدثة. وأنه لقبول فكرة مستحدثة معينة فمن الضروري أن تكون متوافقة مع حاجة المجتمع واهتمامه وأن تتلاءم مع الإطار الموجود للمجتمع<sup>(٣)</sup>.

ويرتكز رأي ميردال "Myrdal" في أنه حينما تبدأ أية عملية للتغيير خطواتها الأولى فإنها تكتسب قوة دفع إضافية، حتى أنه إذا حدث تغيير في أي جزء منها أدى ذلك إلى تغيير في جزء آخر وهكذا<sup>(٤)</sup>.

(1) Philip Haeuser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in American Sociological Review Feb. 1969, Vol. 34, No. 1, pp. 1 - 18.

(2) Horace Kallen, "Innovation" in Edwing Schigman and Alvin Johnson (eds) The Encyclopedia of Social Sciences, New York : macmillan, 1937, Vol. 4.

(3) Ralph Linton, The Study of Man, New York, Appleton-Century Crafts, 1936pp. 304 - 343.

(4) Gunnar Myrdal, An American Dilemma, New York : Harper and Row Inc., 1944, pp. 1065 - 1067.

أما أوجبرن "Ogburn" فيرى أن مختلف أجزاء النظام الاجتماعي الثقافي أو النظام الفرعي متداخلة، وبناء عليه فهذه التغييرات في قطاع ما تتطلب تغييرات ملائمة في القطاعات الأخرى. (١)

أما كابليج "Kaplan" فقد درس التحول "Transformation" وقواعده ويقول أنه عند ما يتوقف نظام ما يولد نظام جديد، وهذا التحول لا يحدث عفواً وإنما يتبع أنماطاً معينة (٢).

والتحول في المؤسسات الاجتماعية يعتبر أمراً ضرورياً للعصرية، ولا يمكن أن يحدث إلا عن طريق التحول في السلوك الفردي، وما المؤسسات إلا نماذج روتينية للسلوك. وطالما يظل السلوك الفردي روتينياً بالطرق التقليدية تظل الهيئات الأخرى المشابهة في المجتمع تقليدية أيضاً وإن تخطوا تلك المؤسسات أية خطوة نحو التحول أو العصرية إلا إذا غير الأفراد طريقتهم السلوكية بنزحها تدريجياً لكي تتناسب مع حاجاتهم الجديدة (٣).

ويقول روجرز "Rogers" أن النتائج المتحول يكون غالباً مختلفاً من النموذج الأصلي، فلك أن العمل الخلاق لعملية النقل لا يكون مجرد تحويل إلى، بل أنه يعنى اختراع بديل فعال مثير لنماذج غريبة ملائمة كبديل يمكن تطبيقه تحت الظروف الراهنة البلد بنفس كثافة الغرب (٤).

### المبادرة البشرية في التغيير الاجتماعي

وهنا نطرح هذه الأسئلة: كيف يتم توجيه التغيير أو إمارته أو تشجيعه؟ هل تستطيع الصفوة أن تفرض إرادتها؟ وما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الناس؟ وما هو الدور الذي يمكن أن يكتسبه في التحكم في القوى التي تشكل حياتهم؟

(1) William Ogburn, *Social Change*, New York, Viking Press, 1922, pp. 200 - 212.

(2) Morton Kaplan, "System and Process" in *International Politics*, New York: John Wiley & Sons, 1957, pp. 9, 10.

(3) Lerner 1972 op. cit., p. 118.

(4) Everett Rogers, *Diffusion of Innovation*, New York: The Free Press of Glencoe, 1962.

يمثل لنديبلوم "Lindblom" مدرسة الفكر للتشائم والمحافظة، واليائس من التخطيط ومن تكيف الأشخاص الذين لا يحكمهم أي رابط من وراء الإدارة المركزية لو الهدف المشترك المساند.

ويعتقد أن القرارات المركزية كثيراً ما تكون غير فعالة، بينما تكون القرارات اللامركزية استغلاية. ولذا فهو يدعو إلى نظرية "إترك الفرد يعمل" *Let it be* (1).

ويؤي داهر داهر "Dahrendorf" برأي معارض فهو يدعو إلى وجود عالم أي مجتمع، مخطط له. ويقول، أن هناك نوعين مختلفين للتكوين الاجتماعي وكلاهما منطقي. أما الأول فهو منحدري وأنه تعمل كلمة المنطقية معنى شبه اقتصادي "quasi-economic" أي أقصي الفائدة بقفل التكاليف. وأما النمط الثاني، فهو التخطيط المركزي، والذي يرى في المنطقية إرساء القواعد العامة الاجتماعية الكائنة (2).

وينقل كولمان "Coleman" المناقشة إلى القول بعدم ارتباط التعبير الذي يمكن أن يحدث للأشخاص بالمعاهد بقدر ارتباطه بالذوايح الكامنة في هؤلاء الأشخاص للإنجازات التالية. فإذا لم يكن للتعليم أميانياً التأثير المطلوب ظهرت الحاجة إلى تفسيرات واسعة النطاق وأساسية من أجل دفع كثير من الأهداف الاجتماعية إلى الأمام. وكثيراً ما تكون الثورة حلاً للوصول إلى مثل هذه التفسيرات (3).

---

(1) Charles Lindblom *The Intelligence of Democracy: Decision Making Through Mutual Adjustment*, New York: The free Press 1965, pp. 3-4, 226-245.

(2) Ralf Dahrendorf, "Market and Plan", *Essays in the Theory of Society*, California Stanford, Stanford University Press, 1968, pp. 217-231

(3) James Coleman, *Equality of Educational Opportunity*, National Center for Educational Statistics, 1966, pp. 3-32.

واسفرت دراسة برنتون "Brinton" عن تشابه الثورات، إلى أن الحركات الثورية لا تتبع من يأس الجماعات للطهونة تماماً ولكن قد تنشأ من عدم رضا الجماعات عن الطريق الذي تسير فيه<sup>(١)</sup>.

## أنواع التغيير الاجتماعي

### تغييرات كامنة ومكتسبة

#### Immanent and Contact Change

هناك تصنيفات عديدة للتغييرات الاجتماعية. ومن أفضل الوسائل لاستعراض التغييرات الاجتماعية أن نركز اهتمامنا على مفهوم التغيير، فإما كامن أو مكتسب<sup>(٢)</sup>.

ويستعمل بارسون "Parson" لفظي "Endogeneous" داخل القبيلة، و "Exogenous" خارج القبيلة كمصيرين للتأثير بدلا من اللفظين السابقين (كامن أو مكتسب على التوالي)<sup>(٣)</sup>.

### التغيير الكامن،

يحدث عندما يطرح بعض أعضاء نظام اجتماعي ما - سواء بعون تأثير خارجي أو بتأثير خفيف - فكرة جديدة ويعملون على تطويرها وبعد ذلك تنتشر من خلال النظام.

---

(1) Crane Brinton, *The Anatomy of Revolution*, New Jersey: prentice Hall, 1952, pp. 227 - 285.

(2) Rogers and Svenning, 1969, op. cit., pp. 3 - 8.  
- Rogers and shenmaker, 1971, op. cit., pp. 7-17.

(3) Parsons, 1961, op. cit., pp. 219 - 239.

## التغيير المكتسب:

يحدث عندما تقوم مصادر خارجية عن النظام الاجتماعي فكرة جديدة، ويتم التغيير المكتسب نتيجة للاختيار أو التوجيه.

### (أ) التغيير المكتسب الاختياري: Selective contact change

يتم عندما يتعرض أعضاء المجتمع لتأثيرات خارجية، وتكون لهم حرية تبني أو رفض فكرة جديدة من المصدر حسب احتياجاتهم.

### (ب) التغيير المكتسب للوجه (أو للخطأ):

#### Directed contact change

هذا التغيير تمليه فئة من الخارج تلتزم إما لصالحها أو معنلة لوكالات التغيير، وتسمى عن قصد إلى فرض أفكار جديدة للوصول إلى أهداف محددة.

هذا وإن معظم التغييرات التي تحدث في أيامنا هذه موجهة، ولذلك انصب اهتمامنا في دراستنا بهذا الكتاب على هذا النوع من التغيير.

إن برامج التنمية المعينة التي تقوم بها الحكومة والتي تهدف إلى إدخال الأفكار المستحثة التكنولوجية في الصحة والتعليم والصناعة ما هي إلا أمثلة معاصرة للتغيير الموجه.

## الاتصال والتغيير الاجتماعي

نعني بالاتصال - كما سبق القول - عملية نقل الرسائل من مصدر ما إلى مستقبل واحد أو مستقبلين كثيرين. وتعد هذه العملية مظهراً حيوياً من مظاهر التغيير الاجتماعي. فهي حقاً المفتاح الذي يفتح الباب للتغيير، وهي تكمن في كلا نوعي التغيير (٩).

(٩) Rogers, 1969, op. cit., p. 4.

والتقنيات ووسائل الإعلام "Mass media channels" تأثير أكبر في خلق المعرفة حول الأفكار المستحدثة، بينما نجد أن تأثير الاتصال المباشر "Interpersonal channels" تفوق تأثير وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات نحو فكرة مستحدثة<sup>(١)</sup>.

ولذلك فإن الاتصال يعد جزءاً أساسياً لتغيير الاجتماعي، وربما يركز كل تحليل للتغيير الاجتماعي في النهاية على عمليات الاتصال. وتقوم الفكرة النظرية العامة بهذا الكتاب على أن عملية الاتصال عملية متكاملة، وهي عبارة عن عناصر حيوية من عناصر العصرية والتنبؤ

### التغيير في النظامين الاجتماعي و"نردى

#### *Individual and Social System Changes*

تناولنا التغيير الاجتماعي من ناحية الخطوات العملية التي تحدث، ولكن طبيعة الوحدة التحليلية تمدنا بنظرة أخرى تجعلنا نقسم التغيير الاجتماعي إلى:

١- تغييرات كثيرة تحدث على المستوى الفردي وهي التي يشار إليها بعبارات مختلفة مثل الانتشار، التبني، العصرية، التثقيف، التطعيم، المشاركة في الاتصال<sup>(٢)</sup>.

٢- تغييرات تحدث على مستوى النظام الاجتماعي، تسمى هذه التغييرات، التنمية أو التميز أو التكامل أو التلقم<sup>(٣)</sup>.

---

(1)- S.A. Raham, Diffusion and Adoption of Agricultural Practices: A Study of Patterns of Communication, Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practices in a Village in East Pakistan, Co Milla, Pakistan Academy of Village Development, 1961, p. 48.

-- Robert manson, "The use of information Sources in the Process of Adoption" Rural Sociology, 1964, pp. 40 - 52.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 8.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 10.



ومن الواضح أن التغيير على هذين المستويين مترابط كل الترابط فقد تؤدي بعض التغييرات في النظم (مثل إغلاق موانئ بلد من البلدان) إلى تغييرات فردية كثيرة مثل: (اتخاذ قرارات إنتاج محاصيل أو منتجات جديدة). وبالمثل فإن تجميع عدد كبير من التغييرات الفردية ربما ينتج عنه تغيير مستوى النظام السائد كمن يقرر المزارعون مثلاً تبني نوع ما من المحاصيل ذات الغلة العالية فيقضي هذا في النهاية إلى تغييرات تؤثر على الميزان التجاري الدولي للبلاد.

### التنمية: تغيير في النظام الاجتماعي

#### *Development :Social System Change*

تعد التنمية نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعي، حيث يتم إدخال أفكار جديدة على المجتمع بهدف زيادة الدخل الفردي والارتفاع بمستوى المعيشة عن طريق استخدام وسائل إنتاجية أكثر عصرية وتنظيم اهتمامي مطور.

ومرف كابلو وفينستريش "Caplow&Finsterbusch" التنمية بأنها العملية التي عن طريقها يقوم مجتمع معاصر بنحسب رقابته للبيئة بواسطة تكنولوجيا قادرة متزايدة، ويطبقها بواسطة مؤسسات جديدة التعقيد<sup>(١)</sup>.

وكثيراً ما تنقسم شعوب العالم إلى معسكرين على أساس معايير اقتصادية واجتماعية معينة مثل الأقل والأكثر نمواً، أو التقليدي والعصري.

وعلى الرغم من التجاين أو التباين الشديد "Heterogeneity" بين الدول الأقل نمواً إلا أن لها سمات ومشاكل متشابهة.

ويمكن القول أن المجتمع الأقل نمواً يتسم بالخصائص التالية:

---

(1) Theodore Caplow, and Kurt Finsterbusch, Development Rank: A New Method of Rating National Development, Columbia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.

- ١- انخفاض نسبي الدخل الفردي.
- ٢- إنتاجية ضعيفة نسبياً للفرد.
- ٣- تجارة ضئيلة.
- ٤- نسبة عالية من الأمية.
- ٥ - مواصلات وإمكانات إعلامية محدودة.
- ٦- تقنية غير سليمة.
- ٧ - صناعة ضئيلة وعدد قليل من الفئتين المهيمنتين.
- ٨ - حكومة سياسية غير مستقرة.
- ٩ - نسبة عالية للمواليد والوفيات ومتوسط عمر قصير.

ومن الملاحظ أن هذه الخصائص متداخلة ومتشابهة. فالنقص في الصناعة والفئتين مرتبط بمحو الأمية والنقص في المواصلات وإمكانات وسائل الإعلام يؤثر كل منهما في الآخر<sup>(١)</sup>.

وهذه السمات يمكن تفسيرها بلغة الخيط المعقدة التي تتكلى منها خيوط عديدة ومن المشاكل الملحة الخاصة ببرامج التطوير المخطط بالنسبة للدول الأقل نمواً، معرفة أية خيوط تبدأ بشدها من أجل الوصول إلى هدف بناء دولة أكثر حصريّة.

هذا ومن وجهة النظر الوظيفية "Functionalist" السائدة في علم الإنسان والاجتماع وبعض الطوم الاجتماعية الأخرى نجد أن جميع المؤسسات الاجتماعية الرئيسية في مجتمع ما ترتبط ببعضها البعض، وتعتمد على بعضها البعض، فعلى سبيل المثال إذا رأينا أية زيادة تطلّ على معدل محو الأمية، لابد وأن تصاحبها زيادة مماثلة في التصنيع والتحضر والمشاركة السياسية، وطى هذا التحول أيضاً كلما اتسع نطاق التحضر، كلما أدى ذلك إلى زيادة الحاجة لمحو الأمية<sup>(٢)</sup>.

(1) Rggs, 1969, op. cit., p. 9.

(2) See Seymour Martin Lipset, *Political Man: The Social Basis of Politics*, New York: Doubleday, 1960.

Philippe Cusright, "National Political Development: Measurement and Analysis" *American Sociological Review*, 1963, No. 28 pp. 153 - 164.

## العصرية : التغيير الاجتماعي الفردي

### *Modernization : Individual Social Change*

العصرية على المستوى الفردي تقابل التنمية على المستوى الاجتماعي<sup>(١)</sup>. فالعصرية هي العملية التي يغير بها الأفراد من طريقة معيشتهم من طريقة تقليدية إلى طريقة أكثر تعقيداً، متقدمة تكنولوجياً، ويتم فيها تغيير سريع في أسلوب الحياة.

ويعرف ليرنر "Lerner" هذا المفهوم بأنه اتجاه بنحى "Secular" ذو اتجاه واحد "Unilateral" أي من الحياة التقليدية إلى أسلوب المشاركة في الحياة<sup>(٢)</sup>.

ويعرف ريسمان "Riesman" الاتجاه نحو التقليدي (وهو عكس العصري) بأنه استئصال فهم البدائل الطرق الممينة التي يعمل أو يفكر أو يقرن بها الناس - تحت ظروف ثقافة ما - وأن إحساسه بأنه ليس في المكان وجود شيء غير مألوف قائم فعلاً<sup>(٣)</sup>.

أما إنكلز "Inkeles" فيصف "Modernity" <sup>(٤)</sup> على أنها تتصل بتأدية نفسية وهي أقل ارتباطاً بالزمان والمكان والأشياء وأكثر ارتباطاً بالحالة الذهنية.

وإن تعريفنا للتغيير الاجتماعي الفردي لا يطابق أبداً مما سلف ذكره، ولكنه يشترك فيما تحمله العصرية من معنى أي أننا نرى أنها عملية فردية تحول الشخص سيكولوجياً إلى شخص غير تقليدي. ويتفق رأينا في ذلك مع رأي روجرز.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 14.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 89.

(3) David Riesman, *Faces in the Crowd, Individual Studies in Character and Politics*. New Haven, Conn. : Yale University Press, 1952.

(4) Alex Inkeles, "Becoming Modern" paper presented at Michigan State University, 1967.

هذا وإننا نحتر من الوقوع في ثلاثة أخطاء شائعة في مفهوم العصرية:

١- كثيراً ما يقصد بالعصرية أنها الاتجاه نحو الأوروبية أو الغرب. ولكننا نرى أن العصرية ليست كذلك.

فإذا ما استعمل لفظ «الاتجاه نحو الأوروبية» أو «الاتجاه نحو الغرب» فإن هذا يعني أن مصدر التعبير والدافع إليه يأتي حتماً من أوروبا أو من الشعوب الغربية. وهو يعني أيضاً أن الدول التي تتبنى أفكاراً تابعة من الغرب تصبح إلى حد ما مثل الغرب.

وفي رأينا أن هذه النظرية محدودة وغير دقيقة إلى حد كبير. إذ إن العصرية عبارة عن نتاج الطرق "Synthesis" القيمة والمبدعة للحياة وهي بهذا تختلف من بيئة إلى أخرى<sup>(١)</sup>.

٢- كثيراً ما نظن أن «العصرية» هي أسلوب صالح وجيد للحياة. ولكن لا يجوز أن نترك ذلك على حاله. فالعصرية تحدث تغييراً يحدث أن يؤدي ليس فقط إلى الفائدة ولكن أيضاً إلى الصراع واللام والفساد النسبية<sup>(٢)</sup>.

٣- ليست عملية العصرية ذات بعد واحد "Unidimensional" ولذا فهي لا تخضع لمقياس أو مقياس واحد. ومن الخطأ الاعتقاد أن المستوى العالي لمعيشة الفرد يعني بالضرورة أنه مجيد أو في طريقه إلى العصرية. إذ ربما أنه في الواقع إنساناً تقليدياً. ومن ثم فإنه يجب النظر إلى العصرية على أنها عملية تتداخل فيها عدة عوامل حتى أنه يجب قياس أكثر من مظهر واحد لسلوك الفرد قبل تحديد وضعه كجزء في عملية العصرية المستمرة.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.

(2) Cyril Black, *The Dynamics of Modernisation: A Study in Cooperative History*. New York: Harper and Row, 1966, p. 27.

هذا وإن مستوى المعيشة والأمان، ومحو الأمية، والتعليم، والمشاركة السياسية، والانفتاح على العالم والاتصال عوامل تكون العصرية<sup>(١)</sup>.

وشأننا القول أن العصرية هي مفهوم متعدد الأبعاد "Multidimensional" لا يمكن معادلاته بالأوروبية - أو الاتجاه نحو أوروبا "Europeanization" أو الغربية (الاتجاه نحو الغرب) "Westernization". ولا يعني ذلك أن العصرية هي دائماً أسلوب مرغوب فيه.

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.



## الفصل الخامس

### دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية

إنتهينا في الفصل السابق من دراسة مفهوم التغير الاجتماعي. وقد عرضنا نظريات متعددة في هذا المجال. كما عرضنا أيضاً مفاهيم الدرجات المختلفة من التغير سواء أكان ذلك في مجال التنمية في النظم الاجتماعية أو التجديد بالنسبة للفرد في المجتمع مع التركيز على التنمية في النظم الاجتماعية حيث أنها العنصر الأساسي الذي نتكلم عنه في هذا الكتاب.

والى هذا الفصل سنتكلم بالربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية، مع شرح بعض نظريات الباحثين، والمتخصصين، بالنسبة لدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في خدمة التنمية وتحقيق التقدم الاجتماعي.

وحنماً ندرس دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية فإننا لا نعنى بذلك دراسة الأشياء التي تؤثر في المجتمع، وإنما نعنى دراسة المجتمع نفسه وهو يقوم بمباشرة أنشطته الأساسية.

ووجب أن نوضح أن تأثير الاتصال الجماهيري يعتمد، في كل وقت، على ظروف الطبقات المختلفة للمجتمع وحاجاتها وأهدافها.

وهنا يجب علينا أن نتكلم عن التساؤل «ماذا تفعل لنا وسائل الإعلام؟» ووجوب بنا أن نتساءل «ماذا نفعل لأنفسنا بوسائل الاتصال؟». إن وسائل الإعلام أدوات فعالة، وهي تضع في أيدينا سلطة هائلة لنفعل بها ما نريد لمجتمعنا. ويرى «شوم» أن بإمكانها أن تساعدنا على تدمير المجتمع أو تحسينه إلى أبعد الحدود، وفي إمكانها أن تساعدنا على رفع مستواه أو خفضه من شأنه، كما يمكنها أن تجعلنا نشارك في التخطيط أو المعلومات المفيدة أو العزوف عن الإقبال من مثل هذا التقدم. ولكن لا يمكن لوسائل الإعلام القيام وحدها بهذه المهمة، فما هي إلا أدوات

كالات تابعة وأنوات توصيل حسية، وهي مقدورنا استعمالها كيفما شئنا (١) وذلك يقع على عاتقنا أن نفكر بتمعن كيف نستعملها وما هو الهدف من استعمالها.

## وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

### *Mass Communication and Social Development*

يعتقد باي "Pye" أن الاتصال هو نسج المجتمع الإنساني، وأن بناء نظام اتصال بقنواته المحددة، هو هيكل التكوين الاجتماعي الذي يطلقه، وأن مضمون الاتصال هو بالطبع خلاصة العلاقة الإنسانية وأن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه ومسيرة ديناميكية التنمية الاجتماعية، وعليه فمن الممكن تحليل كل عملية اجتماعية على أنها بناء ومضمون وسريان الاتصال (٢).

ويذكر شرام "Schramm" عدداً من الوظائف الأساسية للاتصال والتي يمكن اعتبارها إسهاماً إيجابياً للمجتمع. فهو يقول أن الاتصال يخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن. وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الشئون والاهتمامات القومية. ومن مهام الاتصال نشر وتوضيح التخطيط القومي وتعليم المهارات اللازمة التي تساعد على إدخال طرق جديدة للمعيشة، كما يجب استخدام الاتصال لنشر حلية نحو الأمية والتخصص الفني. وبهذا يقوم الاتصال بإعداد الناس للقيام بدورهم الجديد، ويحضرهم على أن يبذلوا مجهودات أكبر وأن يقدموا مزيداً من التصحيحات (٣).

والإتصال وظيفة أخرى لا تقل أهمية، ألا وهي إعداد الناس كعضاء في أمة واحدة للقيام بدورهم باعتبارهم أمة من بين أمم العالم.

(1) Wilbur Schramm, "Mass Communication" in George Miller, (ed) Psychology and Communication, Princeton, New Jersey: Voice of America Forum Series, 1974, pp. 247-258.

(2) Pye, 1963, op. cit. p. 4.

(3) Wilbur Schramm, "Communication Development and Development Process", in pye, 1963, op. cit., pp. 38 - 42.



ومن ثم فإن الاتصال يؤدي إلى توسيع أفق الجماهير من الصعيد المحلي إلى القومى ثم إلى الصعيد الدولى<sup>(١)</sup>.

ويعتقد باي "Pye" أن وسائل الإعلام وغيرها من الوسائل الأخرى للاتصال يمكنها أن ترمي لركان الاتجاه العام للاتصال الاجتماعى المجتمع بأكمله، إذ يمكنها تيسير تبادل الآراء، وهى بذلك تستطيع أن تخلق بيئة تشجع على انسياب أكثر سهولة للاتصال الاجتماعى فى المجالات الخاصة للحياة. ويؤدي هذا التطور بدوره إلى تشجيع ازدياد مجال الثقة وإلى طريقة لمسهل للعلاقات الاجتماعية<sup>(٢)</sup>.

ويؤيد ديوب "Dube" الرأى القائل بأن الاتصال أصبح معترف به كعامل رئيسى فى عملية التغيير الموجه، ولكنه يعتقد أيضاً أنه فى أثناء عملية التنمية لا يكون الاتصال سوى أحد عوامل عديدة، إذ لا يمكن بالاتصال وحده تحقيق أية تنمية اقتصادية أو تغيير فى ، بل يجب أن يكون ذلك الاتصال مدعماً بالخدمات والإمدادات. ومع ذلك فإن الاحتراف بإمكانيات الإتصال فى برامج بناء الأمة يتزايد يوماً بعد يوم<sup>(٣)</sup>.

ويرى راءى "Rao" أن فى وسائل الإعلام ماسلاً ميسراً للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية. وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التى تلقها وسائل الإعلام تزيد مجالات المعرفة عند الأفراد، وبهذا يزداد الفهم والإجماع اللزمان لمجتمع أكثر عصرية<sup>(٤)</sup>.

ويقول شرام "Schramm" إن استعمالاتنا لكلمة ثورة عند المفيد من التفاعل الاجتماعى مع الاتصال الجماهيرى لم تكن من محض الصدفة. ومنذ وجود

(1) Schramm, 1963, op. cit., p. 40.

(2) Lucien Pye, "Communication, Institution Building and the Reach of Authority", in Lerner and Schramm, (eds) 1972, op. cit., pp. 35-56.

(3) C. Dube "A Note on Communication in Political Development", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 92 - 97

(4) Lakshman-Rao, The Role of Information in Economic and Social Change: Report of a Field Study in Two Indian Villages-Minneapolis. University of Minnesota Press 1963.

وسائل الإعلام وهي تشارك في كل تغيير اجتماعي ذي أهمية، مثل الثورات الفكرية والسياسية والصناعية والثورات التي تحدث في النطق والتطورات والقيم. لقد طمنا الإعلام القائمة الأساسية التالية: حيث أن الاتصال هو العملية الاجتماعية الجوهرية، وحيث أن الإنسان قبل كل شيء يقوم بخلق المعلومات، فإنه عادة، يصاحب التغيير الاجتماعي الرئيسي تغيير في نوعية المعلومات مع استخدام أساسي ورئيسي لوسائل الاتصال<sup>(١)</sup>.

ويضيف شرام "Schramm" أنه في مقنونا أن نرى أن طبيعة التفاعل بين وسائل الإعلام والمجتمع تظهر على شكل منحدر في بعض النواحي الناشئة التي انتقلت من ثقافة شفوية إلى ثقافة إعلامية. وفي هذه البلاد أمكن ضبط خصائصه هام من عمر لحماية الاتصال إلى ما يقرب من عشر تلك الفترة، وذلك بفضل أدوات الاتصال المتاحة. وفي كثير من الحالات يتغير مظهر النمو بحيث لا يتبع النمط التاريخي في الطباعة، وفي الصورة، وفي السينما ثم في الإلكترونيات وكثيراً ما نجد وسائل الإعلام الإلكترونية تسبق الطباعة مثلاً حيث تستطيع تخطي حواجز الأمية<sup>(٢)</sup>.

وتتلمذ القول. عادة بإسفال وسائل الإعلام وتطورها في المدن أولاً ثم نشرها بعد ذلك في القرى. ولأنه لمن الممكن في كثير من البلاد أن نرى الثقافتين الشفوية والإعلامية تسير جنباً إلى جنب. وإذا نظرنا إلى هذه المناطق قبل إسفال الوسائل الإعلامية ثم بعدها نوجدنا فرقاً مذهلة.

ويؤيد شرام "Schramm" هذه الفكرة عندما يروي أنه عاش في قرى كانت وسيلة الاتصال الوحيدة فيها بالحكومة وبرنامجهما للتنمية لمدة عدة شهور في محصل الخسائر. وفي قرى أخرى لاحظ أن الاتصال يتم في القرية بواسطة الإعلام وأحياناً بواسطة الأشخاص الاجتماعيين. ولكن الناس كانوا يعانون من خيبة الأمل

(1) Schramm, 1973, op. cit., p. 16.

(2) Schramm, 1974, op. cit., p. 249.

إن يبدو أنه لم تكن توجد قناة يعبر بها القرويون للحكومة عن رغباتهم وحاجاتهم. بينما تجول في قرى أخرى من تلك التي دخلت فيها وسائل الإعلام فوجد فيها هيئة من العاملين النشطين في مجال التنمية والخدمات الاستشارية في مجال الصحة والزراعة. كما شعر القرويون فيها بحرية في الكلام مع لائتهم السياسيين المحليين ورائقة في أن كلمتهم ستصل إلى أسماع المسئولين في الحكومة.

ومن الواضح أن الحالة الأخيرة هي التي توفر الأرض الخصبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية<sup>(١)</sup>.

وقد أشار هارولد لينس "Harold Innis" إلى أن حياة القرية، عندما تمر من الثقافة الشفوية إلى الإعلامية، تهتم بالمكان أكثر مما تهتم بالزمان. وبما يمكن عمله بدلاً مما تم عمله، حيث تبدأ مجالات التعبير في الدوران<sup>(٢)</sup>.

ولا يمكن تحقيق خطط ومعدلات التنمية في هذه البلاد الناشئة بدون مساعدة وسائل الإعلام لها ومساهماتها في توسيع رقعة التطعيم ومساعدة البالفين من المواطنين في تحسين مستوى معيشتهم<sup>(٣)</sup>.

ويقول ليرنر "Lerner" إن وسائل الإعلام قد أتاحت للجماعات العريضة عالمًا ضخمًا، تحيطها فيه بالأحداث والتغيرات، وما زالت وسائل الإعلام، تأتي بتأوع من الحياة المعيشية الجديدة والقرية إلى البيئة التقليدية لسكان الريف في القرى<sup>(٤)</sup>.

وتقوم وسائل الإعلام بتنمية الحواس في الإنسان فهي تساعد الأفراد على أن يروا ويسمعوا الأشياء على معنى أبعاد مما توفره لهم ميوزهم وأذانهم. بل إنها

(1) Wilbur Schramm, "Communication and Change" in Lerner, and Schramm, (eds) 1972, op. cit., p. 23.

(2) Harold Innis, The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

(3) Schramm, 1973, op. cit., p. 25.

(4) Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 122-123.

وهي تفعل ذلك إنما تزيد لحاسيس الإنسان بالانسان من حوله ومن ثم تزيد التقاهم  
البشرى<sup>(١)</sup>.

ويتناول ماكلوهان "Mc Luhan" وسائل الإعلام من الزاوية السيكلوجية  
وليس من ناحية المصاحبة، فيركز اهتمامه على أن وسائل الإعلام هي التي تؤثر  
على وجهة نظر شخص ما بالنسبة للعالم وعلى الطريقة التي يفكر بها أكثر مما تؤثر  
الغذاء والفكر الأساسية هي أن وسائل الاتصال عبارة على كتابات اجتماعية  
واسعة لا تقتصر مهمتها على نقل المعلومات بل تطلعنا على طبيعة العالم الذي يوجد  
حولنا. وهي لا تشير حواسنا ولا تقدم لها المتعة فحسب، ولكنها تغير أيضاً من طابعنا  
من طريق تغيير نسبة الأداء الحسية التي نستعملها.

وإن يكن ماكلوهان "Mc Luhan" أول من قال أن الأشياء التي كتب عنها  
كلمات هي، هي الواقع، أهم من الكلمات ذاتها، ولكن أسلوبه في التعبير عن ذلك كان  
لبلغ تعبير، وهو أن «الوسيلة هي الرسالة»<sup>(٢)</sup>.

ومع ذلك فإن شرام "Schramm" يمارس وجهة نظر «ماكلوهان» في أن  
«الوسيلة هي الرسالة» ويقول أن الرسالة أكبر بكثير من الوسيلة، والآخر الذي يهمنا  
أكثر من غيره لوسائل الإعلام هو أن الإنسان يستخلص الكثير من نظره وتقييمه  
للبيئة عن طريق وسائل الإعلام.

**بعض الأهداف والهام التي تقوم بها وسائل الاتصال  
الجماعية في المجتمع؛**

في مقال العالم السياسي هارولد لاسويل "Harold Lasswell" الذي قام  
بأبحاث رائدة عن الاتصال الجماهيري، أحد ثلاث مهام الاتصال في المجتمع:

(1) Lerner, 1958, op. cit., p. 53.

and Lerner, 1972, op. cit., pp. 123-124.

(2) Marshall McLuhan Understanding Media: The Extension of  
man. New York: Mc Graw Hill, 1966.

## ١- مراقبة البيئة.

### ٢- الترابط بين أجزاء المجتمع المختلفة في الاستجابة للبيئة.

### ٣- نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل<sup>(١)</sup>.

## أولاً: مراقبة البيئة "Surveillance of the Environment"؛

تعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالأبحاث في البيئة سواء في خارج أي مجتمع أو داخله. ومعنى مراقبة البيئة يتفق إلى حد ما مع المفهوم العام لما يسمى بشؤون الأتباء.

هذا وقد انتهزت مجموعة من العلماء الاجتماعيين، في عام ١٩٤٥، فرصة إضراب جريدة محلية في مدينة نيويورك لرأسه ما افترقه الناس حينما لم يلقوا جريدتهم اليومية التي كانت تدر إليهم بانتظام. ووجدوا أن من الوظائف الواضحة والمكدة للصحيفة اليومية بالنسبة لسكان المدينة أنها كانت مصدراً للمعلومات الروتينية، وأنها تمد الناس بمعلومات عن الإذاعة المحلية وحفلات السينما ومبيعات التجار المحليين والولايات، وآخر صحيفة للأزياء كما أنه كانت هناك وظيفة أخرى للمسائل الإصلاحيات وهي أنها تزيد من مكانة الأفراد الذين يبدلون جهداً للإعلام بالأحداث.

وبعبارة أخرى فإن الصحيفة تودي إلى أن تكون الأتباء في متناول الجميع، ولكن ليس معنى ذلك أن يتابعها الجميع. إذ أن الإحاطة بالمعلومات يعتبر من قبل أولئك الذين يلتزمون بهذا المقياس الاجتماعي - من الأشياء التي من شأنها أن ترفع مكانة الفرد في داخل الجماعة<sup>(٢)</sup>.

(1) Lasswell, 1971, op. cit., pp. 84 - 99.

(2) Bernard Berelson, "What Missing the Newspaper Means" in Wilbur Schramm 1961 op. cit., pp. 30 - 47.

### ثانياً: أعمال الترابط "Acts of correlation":

هي تفسير وتطبيق وتحليل للأحداث في البيئة وتوجيه السلوك كرد فعل لهذه الأحداث. ويعرف هذا النشاط إلى حد ما بمفاهيم الرأي والدعاية، ويشمل إختيار وتقييم وتفسير الأنباء بواسطة وسائل الإعلام مع التركيز على ما هو أكثر أهمية في البيئة.

### ثالثاً: نقل الثقافة "Transmission of culture"

يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر أو من أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انضموا إليها، وهو ما يعرف عامةً بالنشاط التنظيمي. ويقوم هذا النشاط بتوحيد المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الثقافية والقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع. كما يساعد هذا النشاط على إخراج الأعضاء الجدد في المجتمع وحثهم على أن يقوموا بدورهم وأن يلتزموا بالتقاليد والعادات.

وقد يقال أن هناك ضرر قد يلحق بالفرد حيث أن وسائل الإعلام تنزع الصلة الشخصية من عملية المشاركة الاجتماعية. وهذا يقول رايزمان "Riesman" إن المواظبة المستخلصة من التخصص والتي تشهدها وسائل الإعلام لا يمكن إعادتها بحيث تتلاءم مع مقدرة الفرد للاستماع كما لو كان يستمع إلى روايتها من شخص يراه وجهاً لوجه<sup>(1)</sup>.

هذا وقد أضاف شارلز رايت "Charles Wright" مهمة رابعة إلى المهام التي حددتها لاسويل "Lasswell"، والتي أشرنا إليها آنفاً، وهي الترفيه "Entertainment". ولابد أن لاسويل "Lasswell" أسقط هذه المهمة لأنها في

(1) David Riesman, et al. *The Lonely Crowd*, New York: Doubleday and Company, 1953, Chap. IV.

تظرو ليست جزءاً أساسياً من العملية السياسية على الرغم من معارضة التاريخ  
لرأيه<sup>(١)</sup>.

وجاء باحث اجتماعي آخر وهو دي فلير "De Fleur" بإضافة أخرى إلى  
هذه الوظائف دون أن يغير في أساسها، فقال أن عملية الاتصال هي الوسائل التي  
تعبّر بها جماعة ما عن معاييرها في الحياة. وبذلك يمكن القيام بالرقابة الاجتماعية  
وتوزيع الأدوار وتنسيق الجهود. وهكذا تظهر التطلعات وتسير العملية الاجتماعية  
بأكملها إلى الأمام<sup>(٢)</sup>. وبغير هذا التبادل في التأثير كان من الممكن أن ينهار  
المجتمع الإنساني.

وأما براننج "Boulding" فقد جمع عدداً من وظائف الاتصال في  
النظام الاقتصادي وهو يرى أن الاتصال من ناحية، يجب أن يلبي مطالب  
الخريطة الاقتصادية للبيئة حتى يتمكن كل فرد أو هيئة من تكوين حدوده الخاصة  
بالنسبة للربح والشراء والبيع في لحظة معينة.

وتقوم وسائل الإعلام بوسط من هذا العمل عن طريق الإعلان، وذلك ينشر  
قوائم الأسعار وتحليل الأعمال ومن ناحية أخرى هناك ضرورة لوجود ترابط في  
السياسة الاقتصادية سواء عن طريق الفرد أو الهيئات أو الأمة كما يجب أن يكون  
هناك تحكم في إدارة السوق، وعلى المنتج والتاجر والمستثمر والمستهلك أن يعدوا  
كيفية الفحول في السوق. وأخيراً يجب أن يتم تيسير تعليم المهارات وتطلعات  
السلوك الاقتصادي<sup>(٣)</sup>.

وفي كتابات أوشيما "Oshima" عن التنمية الاقتصادية يقول أن  
لوسائل الإعلام صلة التضاعط الذي إلى التنمية الإنتاجية السريعة. وتتميز أكثر

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 16.

(2) De Fleur, 1957, op. cit., p. 133.

(3) Kenneth Boulding The Image, Ann Arbor, Mich. University of Michigan Press, 1956, p. 15.

الدول النامية اليوم بأنها مجتمعات في عجلة من أمرها "Societies in a hurry".  
والقصد من ذلك أنها مجتمعات تبني اللحاق "Catch-up" بالركب بتسرع ما يمكن.

وعليه فهي تحتاج قبل كل شيء إلى نظرية للتنمية الاقتصادية توخج لها ما  
تريد اللحاق به.. وتأتي بعد ذلك مباشرة حاجة تلك المجتمعات إلى صياغة للاتصال  
تشرح كيفية اللحاق وما تريد اللحاق به. ومن الواضح أن وسائل الإعلام هي المصدر  
الأول لتنمية المجتمعات التي في عجلة من أمرها، إذ أنها تحصل رسائلها إلى  
الجمهور بتسرع وقت وأبسط ثمن<sup>(١)</sup>.

ومما تقدم يمكن أن نستنتج أن آراء علماء العلوم الاجتماعية تتفق فيما بينها  
- إلى حد كبير - حول تحديد وظائف ومهام وسائل الاتصال.

وقد رسم هيرام "Schramm" خريطة لروية على أساس الوظائف  
الاجتماعية سائلة الذكر وحدها بلزيع وظائفه. ولا تختلف كثيرا، الوظائف الأربع  
التي ذكرها من الوظائف التي لها باستمراؤها، ولكنه يركز على أن الاتصال  
البشري، هو في نفس الوقت سلوك فردي وعلاقة اجتماعية<sup>(٢)</sup>. (انظر خريطة  
وظائف الاتصال)

ولكل وظيفة من هذه الوظائف جانبها الخارجي وجانبها الداخلي، مثلها في  
ذلك مثل كل أنواع الاتصال. بمعنى أنه من ناحية فإننا نبحث عن المطرقات لو  
نعطيها، ومن ناحية أخرى فإننا نستقبلها ونحلها.

ومن ثم فقد أعد هيرام "Schramm" خريطة ثانية توخج الخريطة الأولى<sup>(٣)</sup>:

(1) Harry Ogburn, "The Strategy of Selective Growth and the Role of Communications" in Lerner and Schramm, 972, op. cit., pp. 76-91.

(2) Schramm, 1973, op. cit., p. 31.

(3) Schramm, 1973, op. cit., pp. 31-36.



وتختلف الاتصال في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

وظائف الاتصال	نظام سياسي	نظام اقتصادي	نظام اجتماعي بشكل عام
مراقبة (الوظيفة الأولى)	تجميع المعلومات	معلومات عن الموارد، وفروع الذراع والبيع	معلومات عن أسلوب الحياة في المجتمع، والثوار، إلخ وقبولها أو رفضها.
تنسيق (الوظيفة الثانية).	تفسير المعلومات وضع السياسة ونشرها وفرضها.	تفسير هذه المعلومات وضع السياسة الاقتصادية وإدارة السوق والتحكم فيه	تنسيق الفهم العام والإرادة العامة إدارة التحكم الاجتماعي.
نقل التراث (الوظيفة الثالثة)	نقل التراث الاجتماعي والقوانين والعادات	المبادأة بالسلوك الاقتصادي	نقل أساليب الحياة الاجتماعية وتوجيه أنوار أعضاء المجتمع الجدد.
التربية (الوظيفة الرابعة)	—	—	التربية: نشاط تربوي، تخفيف من وطأة العمل والمشاكل الواقعية، التعليم العرشي والشاركة الاجتماعية.

## الجانبان الخارجي والداخلي لوظائف الاتصال

الوظيفة	ولها الجانب الخارجي	وكذلك الجانب الداخلي
رأى إجماعي	البحث عن المعلومات يرسل	يستقبل المعلومات
عمل الإقناع للقرار	يقنع ، يأمر	تفسير ، تقرير
تعليمهم	البحث عن المعرفة تعليم	يتعلم
الفرصة	يرأسه	يتفتح

## ومن الخريطة السابقة يمكن أن نلاحظ ما يلي:

أولاً: إن تكبير وظيفة الاتصال بالرادار الاجتماعي "Social Radar" لا بأس به. ووظيفة الرادار هنا تشبه وظيفة رقابة البيئة. وتقوم وسائل الإعلام بإعطاء المعلومات من الأحداث والمجتمع. وهي تجعل الفرد على اتصال بالأنباء وحركة الآراء. ومع ذلك لم تكن وسائل الإعلام أن تسلط الأضواء وتركز الانتباه على بعض الأحداث والآراء دون غيرها. ووسائل الإعلام القدرة على تفسير الأحداث حيث لا يمكن أن تكون المقالة موضوعية تماماً أو كاملة موضوعياً. كما أن لها القدرة على إبراز أهمية بعض الأشخاص الذين لديهم خصائص مميزة عندما يتعرضون لها في الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة. وهي تتمكن من إمدادنا بالمعلومات من كل ما يحيط بنا في بيئتنا دون أن يكون لدينا خبرة عنه بطريقة مباشرة.

ثانياً: إننا جميعاً نستعمل الإتصال الجماهيري من أجل الإقناع وذلك عندما نستخدم قنوات الإعلام لتوجيه القرارات إلى طريق مرغوب فيه. كذلك نجد أن اتخاذ القرار يقضي نتيجة لعملية الاتصال من أجل الإقناع.

وعليه فإن القرار وتوجيهه هما وجهان لعملة واحدة. فإذا اتخذنا المستقبل أي قرار له أهمية، يكون ذلك، حصيلة للنقاش في التوجيه. ويتطلب أي قرار خاص بالآخرين بعض التوجيه لكي يوضع موضع التنفيذ. ويكون هذان الجانبان معاً نوعاً من إدارة الاتصال.

### وظائف واتوات الاتصال في المجتمعين التقليدي والحديثي

وظيفة الاتصال	في المجتمع الشفهي (المجتمع التقليدي)	في مجتمع وسائل الإعلام (المجتمع الحديث)
وئزر اجتماعي	اتصال شخصي - منادى القرية - المسافرين - اجتماعات - أسواق .. إلخ	اتصال شخصي - وسائل الإعلام
حول الإقناع لإصدار القرار	تأثير شخصي - مجالس القادة	تأثير شخصي - قادة - مؤسسات حكومية - وسائل الرأي القانوني
تعليم	تعليم في محيط الأسرة عن طريق الخبرة والكرب	مشاركة إجتماعية مبكرة في الأسرة. نظام تعليمي. وسائل إعلامية للتعليم
ترفيه	المطرب الشعبي - الرقصون الرواة - اشتراك المجموعة	فنون إبداع - أداء وسائل إعلامية للترفيه

ثالثاً: هناك جبهة عريضة لفوائد الاتصال وهي ما نسميها بالتعليم "Instruction".

رابعاً: هناك نسبة لا بأس بها من الاتصال الجماهيري تستخدم للترفيه "Entertainment".

وتعد وسائل الإعلام إمتداداً للاتصال الشخصي، وأمل الخريطة السابقة  
توضح وظائف الاتصال في المجتمع الشفهي - التقليدي الذي لا تتواجد فيه  
الوسائل الإعلامية والمجتمع المعاصر الذي تتواجد فيه تلك الوسائل.

ويحدد شرام "Schramm" الذي قدم الدراسة الأساسية لهذه العملية  
الجديدة الشاملة، الوظائف التي يمكن لوسائل الإعلام القيام بها بمفردها،  
والوظائف الأخرى التي تستطيع أن تساعد بها في خدمة التنمية الاجتماعية<sup>(١)</sup>.  
فيقول أن خبرتنا مع وسائل الإعلام تصور سهولة التعلم منها إرادياً أو لا إرادياً.  
ويبين شرام أن لوسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية ثلاث وظائف رئيسية  
هي: الإعلام - اتخاذ القرار - التنظيم.

### لولا : وظيفة الإعلام "Information function" :

يجب أولاً وقبل كل شيء، أن يحاط عامة الشعب علماً بالتنمية القومية، وأن  
يتم تركيز اهتمامهم على الحاجة إلى التغيير، والفرص التي توفر إليه، ووسائله  
وطرقه. ويجب إذا أمكن، رفع مستوى أمانهم أو تطلعاتهم.

وبشكل عام، فإن في وضع وسائل الإعلام بمفردها أن تتناول الأبعاد  
الأساسية الإعلامية الخاصة بالتنمية. فمثلاً في أثناء عملية الإعلام يظهر تأثير  
وسائل الإعلام بطريقة أكثر عمقاً على الجمهور - الذي لا يمكن الاستغناء عنه في  
رفع حجة التنمية إلى الأمام. وهذا الأثر يظهر في ثلاث اتجاهات: توسيع الآفاق،  
تركيز الانتباه والاهتمام، ورفع مستوى الأمان.

(١) تستطيع وسائل الإعلام توسيع آفاق "Widen Horizons" الفرد من  
طريق إعطائه الفرصة ليرى ويسمع عن أشياء لم يرها من قبله وأن يعرف أناساً لم  
يقابلهم قط<sup>(٢)</sup>.

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.

(2) See Lerner, 1958, op. cit., p. 54, and Lerner, 1972, op. cit., pp. 23-24.

(ب) بوسع وسائل الإعلام تركيز الانتباه والاهتمام "Focus attention" ذلك أن جزءاً كبيراً من الآراء من الأشخاص الذين لهم أهمية أو خطورة أو من الأسماء ذات الفائدة، تأتي عن طريق وسائل الإعلام. وهذا الاختيار - لاختيار من يكتب عنهم أو من يركز الاهتمام عليهم - يحدد، إلى مدى كبير، ما يعرفه الناس وما يتكلمون عنه. والعمل الذي تتميز به وسائل الإعلام، في الواقع، هو إثراء الذي لا يضارع في تركيز الاهتمام، وذلك عن طريق الطباعة والإذاعة والتلفزيون والسينما. وجميعها تركز اهتمام الملايين من مختلف الأفراد على نفس الموضوع وفي نفس الوقت، وأثر هذا التركيز هو الذي يمكن وسائل الإعلام من خلق مناخ لتبادل الآراء بين السكان ويخلق هذا المناخ تلهي وسائل الإعلام خدماتها العامة والضرورية نحو عملية التنمية ككل.

(ج) بوسع وسائل الإعلام رفع مستوى الأمل في التطلمات "Raise aspirations" ويرى مالك كلياند "Mc Clelland" وبيرو "Lerner" وراو "Rao" أنه في استطاعة وسائل الإعلام رفع مستوى أمل الشعب النامية<sup>(١)</sup>. إذ بدون رفع مستوى الأمل وبدون دفع الناس إلى التطلع لحياة أفضل وإلى النمو الاقتصادي، يصبح حدوث التنمية أمراً صعباً ويهدد الفشل.

وإذا نظرنا إلى هذه الوظيفة في مصر نجد أن مهمة وسائل الإعلام مهمة شاقة إلى حد ما ذلك أن هناك فجوة بين الدولة وبين نسبة من الشعب المصري، فجوة بين أصحاب المشاكل والقائمين على حلها، كل يتحدث بلغة<sup>(٢)</sup>.

ولعل أهم أسباب وجود هذه الفجوة هو ارتفاع نسبة الأمية مما يؤدي إلى صعوبة توصيل المعلومات.

(١) - Mc Clelland, 1961, op. cit.

- Lerner, 1958, 1963, 1972, op. cit.

- Rao, 1963, op. cit.

(٢) يوسف السباعي - مصر المشكلة والحل - دار المشرق ١٩٧٧ ص ٣٢.

ومن اللازم على الدولة هنا، أن تجعل الشعب يساهم في حل مشاكله وذلك  
بأن تعرض عليه بواسطة الخبراء المتخصصين ومن خلال وسائل الإعلام، المشاكل  
بالصورة المبسطة التي يستطيع أن يفهمها دون تعقيد ودون الاتجاه إلى الأسلوب  
العلمي والنظريات الصعبة.

### ثانياً: وظيفة اتخاذ القرار The Decision Making Function

يجب أن تتاح الفرصة للإسهام، بذلك - في عملية اتخاذ القرارات، ويجب أن  
يتم الحوار بحيث يضم جميع من يجب عليهم أن يتخذوا قرار التغيير، وأن تتاح  
الفرصة للقادة أن يتولوا القيادة وإعامة الشعب أن تكون أذانهم صاغية. وأن تكون  
موضوعات التغيير واضحة، وأن تناقش البدائل والمقصود بذلك أنه يجب أن تتساقط  
المعلومات إلى أعلى وإلى أسفل السلم الاجتماعي. ووسائل الإعلام هي وحدها  
القادرة على أن تساعد على أداء هذه الوظيفة. وفي كثير من الأحيان تتطلب وظيفة  
اتخاذ القرارات في التنمية تغيير الاتجاهات والاعتقادات وأساليب الحياة الاجتماعية  
التي يتمسك بها الناس. وبناء على تصحيح عملية الاتصال الشخصي المباشر واتخاذ  
القرارات الاجتماعية أكثر أهمية من الاتصال الجماهيري، وليس معنى هذا أن  
الاتصال الجماهيري غير قادر على الإسهام بطريقة فعالة في عملية اتخاذ  
القرارات<sup>(١)</sup>، على وسع الاتصال الجماهيري تغذية المناقشة بالمعلومات وإظهار رأي  
القادة، وجعل المسائل الطروحة واضحة كل الوضوح. كما أنه بوسعها أن تمنح  
مكانة معينة إلى أشخاص معينين وأن توسع الحوار بشأن سياسة ما، وأن تفرض  
أساليب للحياة الاجتماعية وأن تسهم في تكوين الذوق العام، وأن تؤثر في  
الاتجاهات المهروزة، وأن تدخل تغييرات طفيفة على الاتجاهات القوية، ولكن من  
الصعب على وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات الراسخة أو العادات ذات الجذور  
العميقة.

(1) See Lewin, 1943, op. cit.

\* Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit.

\* Klapper, 1960 op. cit.

إذ لن تعبيرها يأتي من طريق التأثير الشخصي، ويقتصر دور الاتصال الجماهيري على المساعدة في ذلك بطريقة غير مباشرة.

وفي مصر فإنه في عهد الرئيس مبارك تمارس الديمقراطية بطريقة صحيحة. فالمعارضة المنظمة قائمة والمناقشات جادة وحيوية ولا توجد سلطة أو شخص فوق المناقشة. إذن هناك أرض خصبة لوسائل الإعلام تعمل من خلالها من أجل إصدار قرارات سليمة يشترك فيها الشعب (الجهة القائمة بالتنفيذ) والدولة (السلطة)، وإصدار القرارات المبنية على الدراسات والمناقشات يساعد على التقميد ورفع جودة الإنتاج .

### ثالثاً : وظيفة التثقيف ، Teaching Function

يجب أن يتم تعليم الناس المهارات المطلوبة ويجب تعليم الكبار القراءة، وتعليم الأطفال، وتعليم المزارعين وسائل الزراعة الصغيرة، ويجب تدريب المنرس والطبيب والمهندس. كما يجب على العمال إتقان المهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع. والناس بشكل عام يجب أن يتعلموا المزيد عن العناية بصحتهم ورفاههم.

ويمكن القيام بجزء من هذه الوظيفة مباشرة من طريق الاتصال الجماهيري، وبالجزء الآخر من طريق الاتصال الشخصي<sup>(١)</sup>. فمثلاً يمكن استخدام وسائل الإعلام بنجاح داخل حجرة الدراسة باعتبارها جزءاً من الخبرة التعليمية الإجمالية تحت توجيه المنرس. ولكن إذا لم يكن المنرس على مستوى الانتفاع بهم، أو إذا كان المنرسون غير مدربين تدريباً كافياً فإن وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بهذا العمل وحدها.

(1) See Henry Castler, Television Teaching Today, Paris, UNESCO, 1960.

"Wilbur Schramm, "The Newer Educational Media in the United States" in New Methods and Techniques in Education, Paris, UNESCO, 1962, pp. 5-17

ويأمل فإن الإذاعة قد لا تستطيع أن تشرح أية خبرة أو مهارة في الزراعة أكثر مما يستطيع عامل متمرس عليها. ولكن بمجرد أن يتم تعليم المهارة فإن الراعي يستطيع أن يقدم المطومات وأن يجيب على الأسئلة وأن يقدم النتائج.

والجدير بالإشارة أن محور في السنوات الأخيرة قد استخضمت الراعي والتليفزيون كوسائل للتعليم. فقد أعدت مثلا برامج نحو الأمية وبرامج لتعليم وإرشاد الرعاة أساليب مكافحة الآفات الرعائية وزيادة الإنتاج الزراعي. وذلك بالطبع؛ بالإضافة إلى إصدار الكتيبات والمنشورات المتعلقة بوسائل التعليم والتدريب في مجالات مختلفة.



## الفصل السادس

### التنمية الريفية

بعد أن انتهينا في الفصل السابق من دراسة عملية الربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية وبعد أن عرضنا بإيجاز لما قدمه العلماء والمتخصصون بالنسبة للود الذي يقوم به الاتصال في عمليات التنمية والتقدم الاجتماعي، سنحاول في هذا الفصل التركيز على التنمية الريفية ونعرض للعلاقة بين الريف والحضر كمدخل لتحقيق هذه التنمية. كما سنتقدم تطبيقاً لمفاهيم الفلاح وعاداته وتقاليده مع دراسة العوامل التي تؤثر في التنمية الريفية والعراقيل التي يمكن أن تحول دونها.

### علاقة المدن بالريف

#### مقدمة عامة:

يشكل المجتمع الريفي في الشرق الأوسط، كما هو الحال في باقي أنحاء العالم الثالث، الغلبة من السكان. ويعتمد الاقتصاد القومي، في هذه المنطقة أساساً على الزراعة، ولهذا نالت مشاكل الريف الاهتمام الأكبر من القادة الوطنيين الذين كرموا أنفسهم لإشغال سياسة العصرية التي تستند في أساسها على حكومة مركزية قوية وعلى التصنيع، والتعليم العام، وإصلاحات واسعة النطاق في مجال توزيع الموارد. ويصطنع الوصول إلى هذه الأهداف إحداث تغييرات فعالة في الطابع التقليدي الريفية لهذه المجتمعات<sup>(1)</sup>.

وعلى الرغم من أنه لا يمكن إغفال التدخل بين منظمات الحضر ومنظمات الريف عندما ندرس الخصوب النامية، إلا أن اهتمام علماء الاجتماع بسياسة المجتمعات الريفية في الشرق الأوسط ليس طويل الأمد بل أنه لم يتجاوز بعد مرحلة الأولى، ذلك أن اهتمامهم كان يتصل بما يجد من تطورات في السياسة القومية.

(1) Richard Antoun and Iliya Harik, Rural Politics and Social Change in the Middle East, Bloomington Ind., Indiana University Press, 1972, P 1

والسؤال الآن هو إلى أي مدى كان قبول أهل الريف أو رفضهم، للتغيير  
الراود إليهم من الحكومة المركزية؟..

لقد أسفرت دراسات علم الاجتماع في الدول النامية عن أن عملية العصرية  
تشمل الأفراد الذين ينزهون من الريف للإقامة والعمل، في المدينة<sup>(١)</sup>.

هذا، وكثيراً ما يحدث خلط بين كلمة العصرية والعصرية على اعتبار أنهما  
متراكبان ولهما دلالة من مدى تقدم أو انحسار القطاع الريفي للمجتمع<sup>(٢)</sup>.

إلا أن صفات العصرية كمحو أمية، والتعرض لوسائل الإعلام، والمشاركة  
السياسية، وتنظيم الإنتاج والإدارة بطريقة علمية، والارتفاع بمستوى المعيشة، كلها  
صفات يبرز أن تحدث على صعيد القرية مثلاً تحدث في مجتمع المدينة.

إن مجتمع القرية ليس كما يعتقد البعض مجتمع في طريقه إلى الزوال بل  
إنه أصبح أكثر قدرة على البناء لأنه يتطور. إن قوى العصرية التي انطلقت منذ  
عصر الاستقلال، للشرق الأوسط، تقريباً جلبت معها وسائل الحياة الحديثة إلى  
مجتمع القرية، ولتأت من انعزالها النسبي ومن ضعفها. فلقد زاد تكثير المدارس،  
والإذاعة، ومراكز الصحة، ومجالس القرية، والمجتمعات التعاونية، والمجال المهنية،  
والأسواق الاستهلاكية المنظمة، والانتخابات السياسية، وتم توزيع الأراضي بطريقة  
أكثر عدالة - زاد تأثير هذه الأنشطة على مجتمعات القرية ولكن بدرجات مختلفة وفي  
مناطق مختلفة، وأصبحنا نجد اليوم عدداً كبيراً من القرى عصرية أو أصبح جزءاً  
من ضواحي المدينة مثل جبال لبنان، وجبلان في إيران، والسواحل في تونس، وبلتا  
النيل بمصر.

وهكذا يصبح من الأفضل لنا أن ننقل من فكرة التقسيم من ريف وحضر إلى  
القرية المتحضرة، أو مدينة زراعية حيث أن كلمة «المدينة» وحدها تحمل معان أخرى.

(1) Karl W. Deutsch. "Social Mobilization and Political Development"  
American Political Science Review, 55 Sept. 1961pp. 493, -  
514.

(2) Lerner, 1963, op. cit., pp. 76-107.

وأو استخدمنا اصطلاح المدينة الزراعية كذلك فإن هذا يعنى أننا أمام مجتمعاً متداخلاً كلية، فى نظام إقليمي أو نظام قومي من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية<sup>(١)</sup>.

إن القوى التى أدت فى القرن التاسع عشر إلى سيطرة المراكز الحضرية الاقتصادية على المناطق الريفية قد تغيرت، من طريق عمليات أخرى من التغيير، بسبب ظهور الأنظمة الشعبية فى دول كثيرة فى الشرق الأوسط. ويظهر تأثير المصرية فى الريف فيما يمكن أن يؤديه التبادل التجارى بين المدينة والقرية وما يمكن أن يقوم به فعلاً من المنفعة المتبادلة<sup>(٢)</sup>.

ومن بين هذه التأثيرات نجد وسائل الإعلام الجماهيرية، التى ربطت مختلف مراكز السكان التى كانت منعزلة من قبل على مستوى الدولة، والتى نجحت فى خفض الوقت والتكاليف الخاصة بنقل الناس والبضائع، ولقد قامت وسائل الإعلام بنشر الأفكار والمعلومات والخدمات الترفيهية لجميع المواطنين بغض النظر عن أماكن إقامتهم. ومن نتائج الإصلاح الزراعى فى العديد من دول الشرق الأوسط نجد أن موارد القرية التى كان يقتصر استعمالها على أصحاب الأعمال فى المدينة وعلى ملاك الأراضي الفاتحين أصبحت الآن ملكاً لمساكنها.

---

(1) See Iliya Harik, *Politics and Change in a Traditional society: Lebanon 1711 - 1845*, Princeton: Princeton University Press, 1968.

See Nikki Keddie, *The Impact of the West on Iranian Social History*, ph. D. Dissertation university of California at Berkeley, 1955.

See John Simmons, "The Context and Evolution of Tunisian Agricultural Cooperatives," *The Middle East Journal* 24, 1970, pp. 455-465.

See Iliya Harik, *Political Mobilization of Peasants*, London, Indiana University Press 1974.

(2) Wyn Owen, "Agrarian Reform and Economic Development with Special Reference to Egypt," *Rocky Mountain Social Science Journal* 1, 1964, pp. 68 - 76.

ففي مصر انتقلت أعمال التجار في المنتجات الزراعية والأسلحة والبيدات والبنود والآلات من أيدي التجار إلى الجمعيات التعاونية<sup>(١)</sup>.

هذا الاتجاه الواحد لحركة الموارد من الريف إلى الحضر أصبح متوازناً، إلى حد ما، نتيجة التحولات النقدية إلى القرية التي ترسل إليها من العمال المهاجرين إلى المدن. ولم يعد غريباً على سكان القرى في البلقا المصرية وفي لبنان أن يحتفلوا بحصال إقامتهم الموسمية أو الدائمة في قرامم التي ولدوا فيها، بينما يعملون في جهة أخرى. كما أن البعض يظل يحتفظ بالتسجيل القانوني والسياسي في القرى الأصلية ومن ثم فإنهم يعملون للاقتطاع أو الترشيع لمنصب ما، وبحكم أنهم مرتبطون بكل من الريف والحضر فإن هؤلاء القرويين يعملون على تشييق الشقة بينهما<sup>(٢)</sup>.

وتبدو هذه الظاهرة في ضواحي المدن في مصر عندما يستخدم سكان الريف ما يكمسونه في النية لبناء بيوت جديدة لهم في الريف أو لاستثمار الأراضي الزراعية والمواشي، وقد ظهر في لبنان منذ النصف الأخير للقرن التاسع عشر اتجاه مماثل دل على المدى المبكر، الذي بدأت فيه عملية التغيير الاجتماعي في الجبال<sup>(٣)</sup>.

وهناك جانب آخر لتغيير التوازن في العلاقات بين الريف والحضر ألا وهو النفقات الهائلة للحكومة في مجتمع القرية. وهذه النفقات تتمثل في توزيع المواد التموينية بأقل الأسعار، والتسليف الزراعي بدون فائدة وإعانة الحكومة الإنسان القروي، وإنشاء الصناعات في الضواحي. كذلك فإنه كثر إقبال المستولين بالحكومة إلى المجتمعات الريفية كما حدث في إيران ومصر وتونس والمغرب وتركيا<sup>(٤)</sup>.

(1) Ibrahim Abu-Lughod, "Mass Media and Egyptian Village Life", *Social Forces* 42, October 1963, pp. 97 - 104.

(2) Harik, 1974, op. cit.,

(3) Zein Zein, *Arab-Turkish Relations and the Emergence of Arab Nationalism*, Beirut: Khayat's 1958, pp. 41 - 42.

(4) Antoun and Harik, 1972, op. cit., p. 9.

والعلاقات المتبادلة بين مجتمعات الريف والحضر تقاليد عميقة وراسخة. ويذكر  
بنكر "Binder" باختصار هذه الظاهرة مشيراً إلى الدور الذي يلعبه الأفراد من  
الريف في الحياة القومية. وعلى سبيل المثال لا الحصر نذكر رخصاً بهلوى شاه إيران  
السابق، وورقية في تونس، وعرابي، ومحمد عبده وسعد زغلول وآخرين، والضباط  
الأحرار في مصر (١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الرئيس أنور السادات، الذي كانت نشأته في  
الريف، أثر تأثيراً فعالاً على الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في مصر  
في تاريخها الحديث. ومن أمثلة ظاهرة ملحوظة للارتباط بين التاريخ المصري الحديث.

### أهمية تفهم الفلاح:

تسمى القول الناصية إلى جعل الفلاحين يتجهون نحو العصرية  
"Modernization" ورغم أهمية ذلك إلا أن عدد الأبحاث التي أجريت من هذا  
الموضوع لازالت غير كافية (٢).

ويوسف لويس "Lewis" كل الأسف للة المطومات المتاحة من الفلاح وطريقه  
معيشته وعاداته وتكوينه واتجاهاته نحو العلم والتكنولوجيا، وتدرته على تبني طرقاً  
جديدة في الحياة.

وهناك قبل كل شيء نوع من عدم التفهم لمعطيات الفلاحين الذي ينعكس إلى خلق  
كثير من الصعوبات (٣).

---

(1) See Leonard Binder, "Political Recruitment and Participation in Egypt" in Joseph La Palombara and Myron Weiner, *Political Parties and Political Development*, Princeton: Princeton University Press, 1966.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 21 - 22.

(3) Oscar Lewis, "The Culture of Poverty" in John Te Pasko and Sydney Nettleton Fisher, eds. *Explosive Forces in Latin America*, Columbus, Ohio, The Ohio State University Press, 1964.

وعلى نفس النهج يقول تيودور شابين "Shahin" إن الفلاحين يشكلون غالبية البشر ومع ذلك فقليلاً ما يفهمهم الغير<sup>(١)</sup>، وقد وصفهم إنجلز، وماركس "Marx and Engels" منذ نصف قرن منسى بلتهم لغة ميروغليفية غير مفهومة من الإنسان المتحضر<sup>(٢)</sup>.

ولا عجب فقد صور الفلاح على أنه كمبود جامل يلقوم كل تفسير، وهو يمثل للزأ أمام لواتك الذين لم يمارسوا حياتهم. ونتيجة لذلك نراه غالباً ما يوصف بالسلبية. وتدل الإحصائيات على أن الفلاحين يمثلون ثلاثة أرباع سكان الدول النامية، ويوصل مفهومهم لى آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية إلى ١.٧٥ بليون فلاح، وهم الذين يتركز عليهم اهتمام هيئات مختصة بالتفسير "Change agencies" التي تعمل على نشر العصرية.

والوصول إلى هذا الهدف يجب على أنظمة السكان أن يغيروا من حياتهم<sup>(٣)</sup>. ولكن تتمكن الدولة من السير إلى الأمام لواتكة التنمية طيها أن تصل بانتظام إلى المستمع الفلاح، ومن هنا تتفتح ضرورة فهم أسلوب حياة الفلاح.

ويقول بيلي "Bailey" وهو يتكلم عن القائم بعملية التنمية أنه لا يستطيع أن يلزم الغير، بل يجب عليه أن يفهمهم. ومن أجل ذلك عليه أن يعرف القيم التي يتمسك بها الناس، وكيف ينظرون إلى العالم والمجتمع من حولهم، وباختصار عليه أن يعرف خريطةهم الإدراكية<sup>(٤)</sup>.

---

(1) Teodor Shahin, "The Peasantry as a Political Factor", *Sociological Review*, 14, 1966, pp. 5-27.

(2) Karl Marx and Frederick Engels, *Selected Works*, Volume 1. New York: International Publishers, 1933, p. 159.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 21.

(4) Frederick Bailey, "The Peasant View of the Bad Life" *Journal of The British Association for the Advancement of Science* 23, 1966, pp 399 - 409.

## من هو الفلاح :

يقول روجرز "Rogers" أن الفلاحين مزارعون يتم إلى حد كبير توجيههم وليس من الضروري أن يكون توجيههم توجيهياً كاملاً، إلى الإنتاج المميشى أى الخاص بالرزق. وهم يستهلكون أكبر كمية من الغذاء الذى يتجهونه. وبناء عليه فكلية فلاح وتعبير مزارع بمستهلك ما يزرع "Subsistence farmer" هما تعبيران مترادفان<sup>(١)</sup>.

وحتى إذا باع الفلاح جزءاً من إنتاجه فهو لا ينظر إلى الزراعة على أنها منشأة تجارية كما يفعل المزارع التاجر. ويؤكد وولف "Wolf" هذه النقطة عندما يقول أن الفلاح يهدف إلى المعيشة لا إلى إعادة الاستثمار، فهو يبيع المحصول مقابل المال الذى يستخدمه للحصول على بضائع وخدمات يحتاجها من أجل البقاء والحفاظ على حالته الاجتماعية وليس لتوسيع نطاق عملياته الزراعية<sup>(٢)</sup>.

ويلزم كل من توماس وزانيسكى "Thomas & Zanucki" رأياً مشابهاً حيث يقولان إن الفلاح لا ينظر إلى ثروته باعتبارها رأس مال للاستثمار. فهو لا يفكر فى بادئ الأمر أن يستثمر المال بل بكل بساطة يحتفظ به فى منزله<sup>(٣)</sup>.

ويرى فيرث "Firth" أن لفظ الفلاح يرتبط بالمفهوم الاقتصادى المجتمع ولهذا فإن الاقتصاد الفلاح معناه أسلوب إنتاج على نطاق ضيق، تنبع فيه التكنولوجيا والأدوات البسيطة والاعتماد فى أغلب الأحيان على ما ينتجه الفلاح نفسه من أجل بقائه. وتشكل زراعة الأرض بالنسبة للفلاح عماد رزقه<sup>(٤)</sup>.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 29

(2) Eric Wolf, "Types of Latin American Peasantry: A Preliminary Discussion", *American Anthropologist* 57, 1955, pp. 452 - 471.

(3) W.L. Thomas and Florian Zanucki, *The Polish Peasant in Europe and America*, Chicago: University of Chicago Press, 1918.

(4) Raymond Firth, *Element of Social Organization*, London: Watts, 1956 p. 87.

ويعرف بلشو "Belshaw" مجتمعات الفلاحين بقايا أساليب في الحياة يطلب عليها التوجيه التقليدي، وهي حياة ترتبط بمراكز الحضر وفي نفس الوقت فهي حياة منفصلة عنها، وتجمع بين نشاط السوق والإنتاج المعيشي<sup>(١)</sup>.

أما كروبر "Kroeber" فيصف الفلاحين بأنهم يمثلون جزءا كبيرا من دائرة السكان التي تشمل عادة مراكز حضرية. إذن فهم يشكلون جزءا من المجتمع وجزءا من ثقافته<sup>(٢)</sup>.

ويصف ريدفيلد "Redfield" الفلاحين بأنهم أفراد يعيشون في جو من الحضارة القوية، وأنهم يسيطرون على أرضهم وينزعونها من أجل البقاء كجزء من الحياة التقليدية. وهم يتطلعون إلى سكان المدن ويتأثرون بهم لأن أسلوب حياة هؤلاء يشبه أسلوبهم، فيما عدا أنه أكثر حضارة من حيث الشكل<sup>(٣)</sup>.

ويؤكد فوستر "Foster" أيضا أن مجتمعات الفلاحين ليست وحدات ذات اكتفاء ذاتي، وأن القرارات الاقتصادية التي تؤثر على قرى الفلاحين تأتي من الخارج<sup>(٤)</sup>. بمعنى أن أي تغيير في مجتمع القرية إنما يفرض من الخارج، وهو ما يطلق عليه التغيير الموجه. وعند تحليل مثل هذا التغيير يصانف المرء عددا من المتغيرات إما تساعد أو تعوق عملية تنمية المجتمع.

ومن الفلاح المصري نازح مناقشات كثيرة وعرضت آراء متعددة تحت قبة مجلس الشعب وفي مناسبات عديدة حول تعريفه، والفلاح هو ببساطة الشخص الذي يعيش في الريف ويعمل في الزراعة .

إلا أنه يمكن أن نقول أن الفلاح المصري -- كلمة من فئات الشعب المصري -- يتميز بالبساطة والإيمان بالله والاعتماد عليه. كما يتميز بالقناعة والرضا بما قسمه له الله<sup>(٥)</sup>. يضاف إلى ذلك بقاء عادة بتحصن بالمثل العليا والجاهلي التي وصفت

(1) Cyril S. Belshaw, Traditional Exchange and Modern Markets, Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall, 1965, p. 45.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 72.

(3) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.

(4) George M. Foster, Traditional Cultures and the Impact of Technological Change New York: Harper & Row, 1962, pp. 46 - 4

(٥) يوسف السباعي ١٩٧٧ المرجع السابق.



الأجداد والغروب التي صاروا عليها. وأهل أبلح ما يمكن أن نضيفه هنا هو قول الرئيس السادات من مجتمع القرية بأنه يعرف العيب ولا يفرط في التقييم وأن هناك كبير العائلة وهو المسئول عنها.

إن يمكن القول بأن الفلاح المصري قد يقبل التغيير طالما كان متمشياً مع الرسالات السماوية وهو أمر سهل. إلا أن ذلك قد يقابله من ناحية أخرى أنه يلتزم بعبادات وتقاليد يرجع بعضها إلى أزمنة وأت من قديم وهذا ما نعتبره مشكلة أمام التغيير.

ولكن طالما كان التغيير في صالح الفلاح وفيه سعادتة وهناك فإنه - بل هو - النكاه الذي لديه - يسعى إليه ويتبناه خالصة في وجود الفئة المجرية - من المعلمين - التي توجهه وتساعد على ذلك.

### متغيرات التنمية

إن الاتجاه بالإنسان التقليدي إلى المصرية يتوافق على عدد من المتغيرات في التعليم، تبني الأفكار المستحدثة، استخدام وسائل الاتصال المباشر ووسائل الإعلام، التقدم الوجداني، التطلمات الفاعل إلى الإنجاز، الانفتاح على العالم الخارجي، الإدراك السياسي.

#### ١- التعليم Literacy

هو ضرورة من أجل المصرية التي تعمل بقوة على زيادة محو الأمية. وهرافها روجرز "Rogers" بأنها المرحلة التي تعمل بالفرد إلى معرفة الرموز بإتقان في شكلها المكتوب، وبعبارة أخرى أن يعرف كيف يقرأ ويكتب<sup>(١)</sup>. وإتقان اللغة يفتح للفرد الباباً جديداً على العالم<sup>(٢)</sup>.

(١) Alfred Kroeber, Anthropology, New York: Harcourt, 1948, p. 248.

(٢) Robert Redfield, Peasant Society and Culture, Chicago: university of Chicago Press, 1956.

ولكن هناك مفاهيم أخرى لمحو الأمية، فيعتقد باوهرميكر "Powdermaker" أنها ليست فقط مسألة قراءة وكتابة ولكنها فهم نوح من الحقيقة أبعد من الخبرة المباشرة<sup>(١)</sup>.

وهناك تعبير جديد يوز ولح وثابت به منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، وهو ما سمي بمحو الأمية الوظيفي. ويعبر عن الحاجة لإطعام الأميين تقريباً وتعليمهم كالفهم. ويقول التقرير أن محو الأمية يجب أن يتجاوز مجرد القراءة والكتابة إلى كيفية ممارسة الدور الكامل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع<sup>(٢)</sup>.

ويلزم كغيره أربع سنوات للدراسة كحد أدنى - حسب مقاييس اليونسكو - كي يصل إلى المستوى التالي لمحو الأمية الوظيفي ويحتفظ به<sup>(٣)</sup>.

هذا وقد قدمت منظمة اليونسكو افتراضاً عاماً من هذا وجوب اعتبار التطعيم في البلاد النامية أمراً حائزاً، وحقيقة كوسيلة لتحقيق الفاية، والتطعيم كوسيلة يصل لخلق مواطن أكثر نفعاً وأكثر إنتاجية للمجتمع، كما يساعد على الإسراع بالتنمية الاقتصادية. ومن ثم فإنه يجب أن يتصل محتوى مادة التطعيم بحاجات المجتمع ونهضة التنمية.

وقد وجد روجرز "Rogers" في المادة التي جمعها في كولومبيا أن محو الأمية أكثر علاقة بالتعرض الصحافة منه بالتعرض لوسائل الإعلام الالكترونية. وأن محو الأمية له علاقة بالتعرض للإذاعة (وإن أنه أقل علاقة في التعرض للتليفزيون والسينما). وهذا يدل على الأثر المركزي أو القابل للتعرض لوسائل

---

(1) Hortense Powdermaker, *Copper Town : Changing Africa*. New York: Harper and Row, 1962, p. 280.

(2) UNESCO, *Bridging the Gap, Reports and Papers on Mass Communication*, Delhi, 1968.

(3) See William S. Gray, *The Teaching of Reading and Writing: An International Survey*, Paris UNESCO 1956.

الإعلام "Centripetal effect" ويؤثر ليرنو "Lerner" الأثر المركزي - Centripetal effect  
etal بأنه استبعاد الفرد الذي يتعرض لوسيلة إعلامية واحدة أن يتعرض أيضاً  
لبقية وسائل الإعلام الأخرى (١).

ويقول روجرز أن نحو الأمية علاقة إيجابية بالتقدم في الوجداني، وتبنى  
الأفكار المستحدثة، ونوافع الإنتاج، والانفتاح على العالم الخارجي، والمعرفة  
السياسية، وقيادة الرأي (٢).

واند وجد رايت "Wright" أن الذي دفع سكان القرى في جواتيمالا إلى  
محو الأمية إنما هو الدافع العام المعنوية والرغبة في الحصول على أجور أعلى  
ومراسلة صديقائهم (٣).

## ٢- تبني الأفكار للمستحدثة : Innovativeness

هو متغير من المتغيرات الأساسية لعملية المعنوية، يقول روجرز "Rogers"  
أن الميل إلى تبني الأفكار للمستحدثة يعطى مؤشراً يبين إلى حد كبير المدى الذي  
وصلت إليه المعنوية. وفي النهاية فإن درجة تقبل الفرد لأسلوب من الحياة أكثر  
تعقيداً وتقدماً، من الناحية التكنولوجية، تظهر بوضوح عندما يقوم بتطبيق الأفكار  
المستحدثة في الزراعة والصحة وطريقة معيشة الأسرة.

والهدف من تعليم الفرد وانفتاحه على العالم الخارجي والتعرض لوسائل  
الإعلام هو تشجيعه على تقبل نوع جديد من الحياة، وأفضل مؤشر لهذا  
هو تبني الأفكار المستحدثة التي تدل على أن الاتجاهات تتغير سلوكياً أكثر منها  
إفراكية (٤).

كما يلاحظ أن سكان القرى الحبيبة أكثر استعداداً لتبني الآراء الجديدة من  
سكان القرى التقليدية (٥)، أضف إلى ذلك أن المحدثين في المجتمعات الحبيبة

(1) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 81-89.

(3) Peter Wright and Others; The Impact of a Literacy Program in  
a Guatemalan Ladino Peasant Community, University of South  
Florida, College of Education, Mimeo Report, 1967, (P. iii).

(4) Rogers, 1969, op. cit., pp. 291 - 292.

(5) See Linton, 1936, op. cit. and Rogers, 1969, op. cit.

يتمثلون في قيادة الرأي بينما تنظر إليهم المجتمعات الأكثر تقليدية على أنهم منحرفون<sup>(١)</sup>.

### ٣- وسائل الإعلام : Mass Media

يعتبر لتعرض لوسائل الإعلام شروط من شروط التنمية التي يمكنها أن تصبح، بلا شك، أحد المتغيرات الهامة التي تلعب دوراً في التغيير الاجتماعي الموجع وفي العصرية. على نطاق واسع، في الدول الأقل نمواً، والفكرة الأساسية هنا هي أن تعرض الفلاح للإعلام يؤدي به إلى طريق العصرية. ويؤيد باي "Pye"<sup>(٢)</sup> وشرام "Schram"<sup>(٣)</sup> في كتاباتهما هذه الفكرة.

وقال باودرميكر أن العصرية التي جاءت نتيجة لتعرض لوسائل الإعلام قد أدخلت للأفريقيين شكلاً آخر من أشكال الواقع يتجلى في عالم ومشروب أبعد من حدود خبرتهم<sup>(٤)</sup>.

وقد استطاع التقدم الفني لوسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، أن يمكن الحكومات القومية من تقديم أجهزة الراديو والأفلام وتسهيلات إعلامية أخرى للقري بطريقة إقتصادية. وقد أدى ذلك إلى أن يتصل المستوطنون بالتجمعات الجماهيرية بوسائل سريعة، نمطية وبقية عن التنمية. ومن طريق تسهيل التسهيلات الخاصة بوسائل الإعلام مثل مجلات الإذاعة والتليفزيون ووكالات جمع الأنباء - دور طباعة الجرائد تمكنت حكومات الدول الأقل نمواً من الوصول إلى تجمعات أكثر عدداً من المتعرضين عن طريق هذه الوسائل. ويبلغ القدر المطلوب من المطبوعات والقلم من الضخامة بحيث يتحتم على الدول النامية إستخدام أدوات الإعلام المضاعفة إستخداماً فعالاً حتى يتمك أهلها في نشر المطبوعات بالمعدلات التي تتطلبها الجداول الزمنية للتنمية<sup>(٥)</sup>.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 299.

(2) Pye, 1963, op. cit.

(3) Schram, 1964, op. cit.

(4) Powdermaker, 1962, op. cit., p. 228.

(5) Schram, 1964, op. cit., pp. 246 - 247

ومن المنتظر أن يقوم عدد كبير من مستمعي وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدرجة كبيرة لها بإرشاد غيرهم من المستمعين إلى اتجاهات أفضل نحو التغيير والتنمية<sup>(١)</sup> ونحو درجة أعلى من الوعي للأحداث السياسية، ونحو معرفة أكثر المعلومات الفنية<sup>(٢)</sup>.

ويؤكد شرام "Schramm" دور الاتصال الجماهيري والمباشر في التغيير الاجتماعي، فيقول إن الوسائل التطبيقية للاتصال الاجتماعي مثل السوق والمقهى والاجتماعات المحلية وغيرها، يستمر تأثيرها لمدة أطول حتى في وجود الجريدة والإذاعة، وتلعب قنوات الاتصال المباشر دوراً هاماً في تعميق أثر وسائل الإعلام في المجتمعات الأكثر تقدماً وفي بعض الدول النامية تقوم قنوات الاتصال المباشر بالقرى الأكبر من الصل<sup>(٣)</sup>.

ويؤكد بول "Pool" أهمية الكلمة للبطونة في المجتمعات النامية، ويشرح كيف أنها أكثر فاعلية وأكثر تصديقاً من الكلمة المكتوبة ولكنه لا يعنى بهذا التقليل من شأن وسائل الإعلام وأهميتها المتزايدة<sup>(٤)</sup>.

ويعرف ميرتون "Merton" التأثير المباشر بأنه إتصال يقصد به التبادل وجهاً لوجه بين القائم بالاتصال والمستقبله الأمر الذي يؤدي إلى تغيير سلوكه هذا الأخيرة واتجاهاته<sup>(٥)</sup>.

---

(1) John Mc Nelly, "Mass Communication and the Climate for Modernization in Latin America" *Journal of Inter-American Studies*, 1966 No. 8 pp. 345-357.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

(3) Schramm, 1972, op. cit., p. 11.

(4) Ehtiel De Sola Pool, "Mass Media and Politics in the Modernizing Process" in Lucien Pye (ed), 1963, op. cit., p. 247

(5) Robert Merton, *Social Theory and Social Structure*, New York: The Free Press 1957 p. 415.

ويعتبر الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر من الوسائل التي عن طريقها تدخل الأفكار الجديدة إلى القرية. وهي الأدوات التي تتم عن طريقها عملية العصرية حتى أنه يمكن اعتبار العصرية ذاتها عملية اتصال<sup>(١)</sup>.

وقد أعدت بعض نماذج للاتصال وأخذ في الاعتبار مختلف المتغيرات الظاهرة في الاتصال البشري. وفي جميع هذه النماذج نجد المصدر والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، وال أثر.

وفي عملية العصرية يكون المستقبلون مادة من الفئة الأقل تنمية. كما تكون الرسائل المعية بالعصرية رسائل تحتوي على مطومات تكنولوجية واقتصادية وسياسية واجتماعية، وأما مصادر الإعلام فهم الطماء والقائمون بالتخطيط في الحكومة، وإخصائيو التغيير، وغيرهم ممن يبشرون بأفكار جديدة. وأما القنوات المختلفة ليستعمل الكثير منها ابتداء من الكلمة المنطوقة في القرية إلى شبكة الإذاعة على الصعيد القومي. وبهذا تشترك العناصر الأساسية للاتصال في عملية العصرية<sup>(٢)</sup>.

والاتصال عن طريق وسائل الإعلام ذو أهمية في زيادة المعرفة بالأفكار المستحدثة، بينما يقوم الاتصال الشخصي، المباشر، بإدخال تغيير في الاتجاهات. ووسائل الإعلام تأثير أقوى في مجتمع القرية وذلك عندما تلعب دوراً مكملًا للاتصال المباشر<sup>(٣)</sup>.

#### ٤ - التعاطف الوجداني : Empathy

يعرف ليرنر "Lerner" التعاطف الوجداني بأنه مقدرة الشخص على أن يضع نفسه في مكان الآخرين، ويعتقد أنه من المتغيرات الحاصصة في عملية

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 48.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 49.

(3) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit. p. 11

العصرية، وإنه يساعد الشخص الذي بدأ خفة الحركة حديثاً على أن يعمل بكفاءة في عالم متغير<sup>(١)</sup>.

وفي تعريف التقمص الوجداني بأنه قدرة الفرد على أن يتصور نفسه في مكان شخص آخر، فإننا نفترض أن الفرد إذا ما فهم مشاكل الشخص الآخر فإنه سيضعها في اعتباره عندما يتعامل معه.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن مصيحي "smith" يوضح أن الفكرة الجوهرية للتقمص الوجداني هي القدرة على أن يتصور الإنسان أن احساسات وتفكير وتصرف شخص آخر هي احساساته وأفكاره وتصرفاته<sup>(٢)</sup>. إن قدرة الإنسان على ذلك هي قدرة على التقمص الوجداني، التي تمكنه من التصرف على ضوء تصوره هذا.

إن التقمص الوجداني يمكن أن يكون سمة من سمات المجتمع الصناعي الحديث، المتعلم، المتحضر، والمشارك، بينما يقل ظهور هذه السمة أو يلتزم إليها في المجتمع التقليدي<sup>(٣)</sup>.

ويعتقد روجرز أن مقدرة المرء على أن يضع نفسه في مكان غيره تأتي نتيجة لعملية الاتصال التي تجعل الإنسان يحس بالعالم الخارجي. وهذه المقدرة - كما يقول - عامل مهم في عملية العصرية. كما أن البيئة الاجتماعية عامل مهم في تنمية القدرة على التقمص الوجداني. بالإضافة إلى الاختلافات الفردية التي تؤثر أيضاً على درجة التقمص الوجداني عند الناس<sup>(٤)</sup>.

وإذا نظرنا إلى عملية الاتصال من زاوية عناصر التقمص الوجداني، يمكن التمييز بين نوعين مختلفين من التقمص الوجداني: الأول هو التقمص الوجداني المرحلي مع المستقبل، والثاني هو التقمص

(1) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.

(2) Henry Clay Smith, *Sensitivity to People*, New York, Mc. Graw Hill, 1966, p. 19.

(3) Lerner, 1958, op. cit. p. 78.

(4) Rogers, 1969 op. cit., p. 201

الوجداني للمستقبل مع المرسل أو الرسالة. وعموماً فإن فاعلية الاتصال تعتمد على قدرة المرسل على الإحساس بدور المستقبل. وعلى سبيل المثال يتم تشجيع المصحفي على معرفة جمهوره لكي يكتب له بفاعلية أكبر. وبطريقة مماثلة يمكن للرسالة أن تثير ذات فاعلية أعظم عندما يكون المستقبل قادراً، إلى حد ما، على تقمص دور المرسل أو الأشخاص الذين يأتي وصفهم في محتوى الرسائل<sup>(١)</sup>.

ويقول إيرنر أن التقمص الوجداني هو الممارسة الأساسية للاتصال بالنسبة للإنسان المصري، ويصفه بأنه نوع من التحرك النفسي<sup>(٢)</sup>. والتعرض لوسائل الإعلام يقوى مهارة الفرد في التقمص الوجداني إلى الدرجة التي يمكن أن يتفيل فيها نفسه أي شخص، في أي موقف.

#### ٥- التطلعات: Aspirations

يمكن القول أن التطلعات هي المستويات التي يمتنى أن يصل إليها الفرد في المستقبل مثل مستوى المعيشة والمكانة الاجتماعية والتعليم والمهنة.

والتطلعات، كأحد المتغيرات، هي شروط أساسية للحضورية. ويعتقد ما، كليلاند "Mc. Clelland"<sup>(٣)</sup>، وإيرنر<sup>(٤)</sup>، وراو "Rao"<sup>(٥)</sup> أن وسائل الإعلام تستطيع زيادة تطلعات أبناء المجتمعات النامية، ومن غير المعتقد أن تحدث التنمية بدون زيادة التطلعات أو بدون إثارة الناس للكفاح من أجل المعيشة الأفضل والنمو القومي. ووجب أن يرغب الأفراد في معيشة أفضل مما هم فيها، وأن يكونوا مستعدين للعمل من أجل الحصول إليها. كما ينبغي عليهم كمواطنين أن

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 197.

(2) Lerner, 1963 op. cit., p. 342

Lerner 1958 op. cit. p. 52.

(3) David Mc. Clelland, The Achieving Society, Princeton, N., Van Nostrand, 1961.

(4) Lerner, 1963, op. cit., pp. 334 - 345.

(5) Lata Hattama Rao, The Role of Information in Economic and Social change, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966, p. 58.



يشكلوا إلى أن تصبح بلادهم اقوى وأقوى مما هي فيه. وهذه مسألة غاية في الأهمية البلاد النامية. كما يتبين. على المدى الطويل لثر الإعلانات على كثير من العائلات التي عملت بجهد لتصل إلى مستوى أعلى من المعيشة كالذي يتمتع به أفراد آخرين. لم تنال شيئاً مما قرأوا عنه أو سمعوا به أو شاهدوا صورته. هذا التاريخ وتلك الإعلانات تشجعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد تستطيع زيادة تطلعات جماهيرها في الثقافات النامية والمتقدمة جداً على حد سواء (١).

ويعتقد شران أن الاتصالات الكثيرة بكل المجتمع من طريق وسائل الإعلام تبدو مرتبطة بالتطلعات الأعلى. ويفترض بعض أصحاب النظريات في التنمية أن خلق الحاجة المريضة لزيادة التطلعات هي المرحلة المبكرة الهامة في العملية (٢).

أما روجرز فإنه يعرف التطلعات التعليمية بأنها مستوى التعليم الرسمي الذي يرغب الآباء لأبنائهم، والتطلعات المهنية هي مستوى المكانة المهنية التي يريدونها الآباء لأبنائهم (٣). ويضيف إلى ذلك أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى زيادة التطلعات التعليمية والمهنية للآباء تجاه أبنائهم. وحتى يرتبط الأفراد، في المجتمعات التقليدية المنعزلة نسبياً، بالعالم الخارجى بفرصة المتعددة فإنهم غالباً لا يدركون مستوى المكانة التي قد يصل إليها أبنائهم. إن معرفة المستويات الأفضل للحياة التي يدركها الناس من طريق تعرضهم لوسائل الإعلام سوف تدورهم إلى تطلعات أعلى (٤).

## ٦ - دوافع الإنجاز،

يمكن تعريف الدافع إلى الإنجاز بأنه الرغبة في الوصول للكمال والإجابة من جانب الفرد كي يصل إلى إنجاز بعض ميادين النشاط (٥). ويؤكد روجرز أيضاً دور

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 131.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127 - 144.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 55.

(4) Ibid.

(5) See David McClelland, "The Achieving Motive in Economic Growth" in Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds) *Industrialization and Society*, Paris, UNESCO, 1963  
See McClelland, 1961, op. cit., p. 76.

وسائل الإعلام في خلق مثل هذا الواقع، تلك أنها تعرض للمتلقي أنواع أخرى من المعيشة، وبالتالي فهي تملأه الفرصة للمقارنة بينها وبين معيشته (١). ولكن ليونر يعتقد أن هناك فجوة بين ما يريده الفرد وبين ما يحصل عليه بالفعل، وربما تؤدي هذه الفجوة في تحقيق الرغبات إلى تصاعد موجة الشعور بخيبة الأمل (٢).

ومن ناحية أخرى يقول روجرز "Rogers" وماك كلياند "Mc Clelland" أنه لم يثبت في بحثهما أن الدافع إلى الإنجاز قد تسبب في نجاح الفرد (٣).

#### ٧- الانفتاح على العالم الخارجي؛

ويعني درجة اهتمام الفرد بما هو خارج بيئته المباشرة، أما الشخص الذي ينحصر اهتمامه فقط فيما يحيط به ولا يسمح لاهتماماته أن تتجاوز هذا الحد يسمى إنساناً محلياً "Localite". بينما يقصد بالشخص المتفتح على العالم "Cosmopolite" ذلك الذي يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من عالم أكبر (٤). ويصف مبرتون "Merton" الشخص المحلي المسمى في مدينة روفر "Rovere" بأنه ذلك الذي يرى في روفر عالمه الوحيد ولا يعرف مالاً سواه. ومن ناحية أخرى نجد شخصاً متفتحاً على العالم يعيش في روفر ولكنه في نفس الوقت يعيش في المجتمع الكبير (٥).

ويسمى بارك "Park" الإنسان المتفتح على العالم بالرجل الواقف على الحدود (٦) وأما لوين "Lewin" فيسميه محارس البوابة (٧) ويطلق عليه باي "Pye"

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 261

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 333, 1972, op. cit., p. 105.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 246. Mc Clelland, 1961, op. cit.

(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 147

(5) Merton 1967 op. cit., pp. 393 - 394.

(6) Robert E. Park, "Human Materials and the Marginal Man" American Journal of Sociology, 1928; No. 33, pp. 881 - 893.

(7) Kurt Lewin, "Group Dynamics and Social Change" in Eleanor E. Maccoby and others (eds). Readings in Social Psychology, New York, Holt Rinehart and Winston, Inc. 1958.

لفظ معصار ثقافى<sup>(١)</sup> وأما فولى "Foley" فيسميه فهو السمات المعنوية<sup>(٢)</sup>.

ويؤكد روجرز أهمية الدور الذى يلعبه الانفتاح على العالم الخارجى فى عملية العصرية ومن المرجح أن الاتصال بالعالم الخارجى يجب أن ينظر إليه كجداية الدافع إلى حياة أكبر عصرية. وبالتالى، فإن الاتصال المنفتح على العالم يمكن الفلاح من الإبقاء على اهتمامه بالأفكار الحديثة وزيلتها. ومن ثم يمكن اعتبار الانفتاح على العالم الخارجى عاملاً يئى إلى عملية العصرية<sup>(٣)</sup>.

كما أن الفرد التقليدى يجب أن يتصل بالعالم الخارجى بطريقة ما قبل أن يصبح منفتحاً عليه وهذه الصلة قد تكون فعلية أى عن طريق سفر الشخص بالفعل إلى خارج مجتمعه، أو قد تكون ذهنية "Vicarious"، أى من طريق الاتصال بخارج المجتمع من خلال وسائل الإعلام<sup>(٤)</sup>.

ويعتقد ليرنر فى إمكانية استخدام وسائل الإعلام كموامل مساعدة على خفة الحركة، وهو يميز الإنسان الذى يتمتع بخفة الحركة بقدرته العالية على الارتباط العاطفى بالجوانب الجديدة فى البيئة التى يعيش فيها<sup>(٥)</sup>.

ويتصل الفرد بالعالم الخارجى بمجموعة متنوعة من القنوات منها ما يلى:

١ - الأشخاص الخارجيون من المجتمع الذين يلدون إليه.

٢ - الرحلات إلى خارج المجتمع.

٣ - وسائل الإعلام.

٨ - الإدراك السياسى Political Knowledge

يمكن أن نقول أن الإدراك السياسى هو العرجة التى يحصل إليها الفرد فى فهم كافة المطرقات من بلاد. بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على

(1) Pye, 1963 pp. cit.

(2) Donald Foley, Neighbors Or Urbanites? Rochester, N.y., University of Rochester, 1952.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 56.

(4) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.

(5) Lerner, 1958, op. cit.

وجه صحيح. ويمكن الحصول على هذه المعلومات عن طريق التحكيم الرسمي، والتعرض لوسائل الإعلام، والرحلات إلى المراكز الحضرية، أو عن طريق الاتصال المباشر للفرد بالآخرين الأكثر منه علماً في هذه المسائل. وغالباً ما يدل الوعي أو الإدراك السياسي على السعي الدائب وراء المعلومات. وعلى الشعور المتميز للفرد بأنه جزء من مواطني الأمة. كما يدل على أن الفرد قد حصل على الحد الأدنى للتقدم السياسي على الأقل<sup>(١)</sup>.

وبينما يمثل الإدراك السياسي معرفة الأحداث السياسية والقادة خارج مجتمع الفرد، فإن التقدم السياسي ينبغي أن يتضمن تعبئة عامة الشعب للجهود القومية وتوسيع دائرة المشاركة بالطرق التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار<sup>(٢)</sup>.

ويعتقد روجرز بأن قادة الرأي العاملون في الحكومة في البلاد النامية يشعرون بأن وسائل الإعلام تعتبر قنوات قومية لنقل الأخبار السياسية، كما أنها تخلق الاعتمادات الواعية للمواطنين ومشاركتهم في السياسة، وهي تؤدي إلى تطوير الروح القومية<sup>(٣)</sup>.

يخالف إلى هذا بأن تعرض الفرد المتزايد للعالم خارج مجتمعه ينعكس غالباً على إدراكه السياسي والاجتماعي. فالفلاح الذي يسافر إلى المدينة، والذي يقرأ الجريدة والذي يستمع إلى الراديو غالباً ما يكون مطلعاً على مواقف الحكومة، وخاصة ما يتصل منها بأنشطة التنمية.

وقد وجد إيرتر، في بحثه الذي أجراه في الشرق الأوسط أن المشاركة السياسية الراسخة قد ارتبطت بالتقدم في الوجداني والتطعيم والتعرض لوسائل الإعلام<sup>(٤)</sup>.

---

(1) Pye, 1963, op. cit., p. 20.

(2) Ibid.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 11 & p. 157

(4) Lerner, 1958, op. cit.,

كما توصل فتح الله النخليب إلى أن التعليم يرتبط إيجابياً بالإدراك السياسي<sup>(١)</sup> وكذلك وجد هاريك "Harik" أن التمرس المتزايد لوسائل الإعلام يرتبط بالإدراك السياسي<sup>(٢)</sup>.

## معوقات التنمية

### *Development Barriers*

ليست التنمية هي مجرد عملية بسيطة يتبنى فيها المزارعون، مثلاً، التكنولوجيا السليمة للزراعة، بل أنها تتضمن أيضاً بمزايلاً الأفكار الجديدة على وسائلهم وطرقهم التقليدية. ولكي نتمكن من إقناع الفلاحين يجب أن نعرفهم أولاً. وقد بينا فيما تقدم أنه من الضروري بمكان فهم نوعية الفلاح ونخيف إلى ذلك ما سنسرد هنا.

على الرغم من تعدد أوجه الشبه بين مجتمعات الفلاحين، فيري لويس بعض الاختلافات، فإنخفاض مستوى المعيشة، مثلاً، ليس خاصية من خصائص الفلاحين تنطبق بهم وحدهم وعلى الدوام، بل إن هناك بعض الفلاحين لا يمانون منه، بينما يحس به ويعاني منه بعض الفقراء من أهل الحضر. أي أن الفقر ليس احتكاًراً على الفلاحين بل إن اليعيش في الحضر يعاني منه<sup>(٣)</sup>

ومن ناحية أخرى فإن الثقافة الفرعية، التي هي جزء من ثقافة عامة، تشمل على كثير من عناصر تلك الثقافة العامة، إلا أنها يمكن أن تتميز بسمات معينة تجعلها منزلة عن طوائفها<sup>(٤)</sup>.

(1) Fathalla El Khacib and Gordon Hirabayashi, *Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt*, Public Opinion Quarterly Vol. 22, No. 3, 1958, pp. 357 - 363.

(2) Moya Harik *The Political Mobilization of Peasants*, Ontario, Indiana University Press, 1974.

(3) Lewis, 1964, op. cit., p. 150.

(4) Ibid.

وتعاني مجتمعات الفلاحين من عدم الثقة المتبادلة، والشك، والتفوق من العلاقات الشخصية<sup>(١)</sup>. ويقول روجرز أن الفلاحين يعتقدون بأن كل الرغبات في الحياة محدودة، وأن ما يكسبه المرء يكون خسارة بالنسبة لغيره. وهم لا يبتغون في المستقبل إلا أنهم في نفس الوقت، يعتمدون عليهم ويولجون إليهم ويميل القرويون إلى حياة الأسرة ويحيطون أهدافهم الخاصة في المرتبة التالية بعد أهداف الأسرة. ويفتقر الفلاحون بشكل عام إلى روح التجديد ولا يقابلون التغيير بالترحاب<sup>(٢)</sup>.

ويؤمن الفلاحون كذلك بالقدور. والقدور هو الدرجة التي يحس فيها الفرد بعدم القدرة على التحكم في مستقبله<sup>(٣)</sup>.

ويتفق كثير من الدراسات على أن لأماني الفلاحين وتطلعاتهم الاجتماعية محدودة نسبياً. وهذه التطلعات تعني الرقبة في الوصول بالحالات المعيشية إلى مستوى معين في المستقبل<sup>(٤)</sup>.

ويفتقر الفلاحون إلى إمراك الجزاء الآجل، وتأخير القناعة العاجلة في مقابل الجزاء الآجل<sup>(٥)</sup>. وهم يتصرفون أيضاً بنظرتهم المحدودة والضيقة إلى العالم. وهم مهوون في تحريكهم الهفواني وفي تعرضهم لقضايا الإيمان، ولديهم

(1) George Foster, *Trinitarianism, Mexican Peasant in a Changing World*. Boston: Little Brown, 1967, p. 91.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 26 - 30.

(3) - Orlando Fals Borda, *Peasant Society in the Colombian Andes: A Sociological Study of Sancho Galmesville*, Fla: University of Florida Press, 1955, p. 245.

- Edward C. Banfield, *The Moral Basis of a Backward Society*, New York, Free press, 1958, p. 109.

- Morris G. Carrsars, *The Twice Born: A Study of a Community of High Caste Hindus*, Bloomington, Ind. University of Indiana press, 1958, p. 106.

(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 33.

(5) Louis Schneider, and Sverre Lyngsæd "The Deferred Gratification Pattern: A Preliminary Study" *American Sociological Review*, 1953 No. 18 pp. 14 - 149.

نظرة غير ذات بال لعامل الوقت. وهم مطبقون في العرجة التي يوجهون إليها في نظامهم الاجتماعي<sup>(١)</sup>.

وأخيراً يتصف الفلاحون بأن التعمص للوجداني لديهم منخفض نسبياً، أي أن الشعور بقوة الفرد على أن يضع نفسه في الدور الذي يقوم به غيره شعور ضعيف<sup>(٢)</sup>.

وإذا نظرنا إلى الريف المصري فإننا نجد فيه أيضاً بعض العوامل التي تعمق التسمية كالإيمان بالقدر وانخفاض التعمص للوجداني.

وبخلاف المواجه النفسية غير الظاهرة والمرتبطة بنشأة وهادات الفلاح، هناك حواجز ملموسة وتطلق بسلوب معيشته اليومية والوسائل التي يستخدمها في الزراعة ومدى حركته من أجل العمل. فمن ناحية المنزل الذي يسكن فيه الفلاح نجد أنه يفتقر إلى روح المصرية وإن كان لا يفتقر كثيراً إلى الجو الصحي. والفلاح يتمسك بتقاليدته التي ذكرناها، وبالتالي فهو لا يقبل - إلى حد كبير - التغيير والتطور.

وبالمثل نجد أن الوسائل التي يستخدمها الفلاح في الزراعة هي وسائل بدائية وهي لا تختلف كثيراً عما كان يستخدم من آلاف السنين. ورغم أن الفلاح قادر بنفسه وأسرته على إتمام أعمال الزراعة في أرضه على وجه مرضي إلا أن إنتاجه لا يمكن مقارنته بإنتاج الوسائل الآلية الحديثة في الزراعة.

(1) Rogers, 1969, op. cit., - 12.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 79.





## الفصل السابع

### البحوث وميكانيكية ادائها

#### للعنومات المقرر

يرتبط مفهوم التنمية الشاملة عادة بالنمو الكمي في التصنيع والتخطيط المركزي ونمو رأس المال واستخدام أقصى درجات التكنولوجيا. وفي مثل هذا النموذج فإن الاتصال يركز على :

١ - نشر المعلومات، كما يركز أيضا على

٢- الاقتناع حيث يجعل الناس على بينة من الزايا التي تعود عليهم، وعلى

٣- التضحية المطلوبة، أو التي سيقومون بها، من أجل تحقيق التنمية كما يركز أيضا على

٤- حث المتلقين لتباعد القادة.

وتواجه التنمية حاليا تحديات كثيرة مما يستلزم أن نركز على النشر والاقتناع وعلى معرفة، ثم تلبية حاجات الانتماء الأساسية وعلى إيجاد قدر أكبر من المساواة بين المواطنين في الحصول على أعلى درجات المستويات المعيشية، كما أصبح التركيز حاليا أيضا على مساهمة الفرد في صنع القرار وعلى حوافز الاجور وتبني التكنولوجيا المناسبة.

#### للمساهمة في صنع القرار :

يمكن أن تتم المساهمة في صنع القرار من تطبيق بعض الاجراءات الهامة  
مثل:

١ - البحث عن وسائل لعلاج مشكلات الاتصال.

٢ - أن تكون الاتجاهات نحو تحويل عمليات المعلومات إلى عمليات اتصال.

٣- أن يتم تحويل الاهتمام من مجرد حصول الفرد على معلومات أو مناجاة نفسه بالمعلومات التي لديه إلى الاهتمام بالحوار عن طريق الاتصال المباشر، أو الاتصال متعدد الجوانب، وتبديل التدفق الرأسي للمعلومات إلى نظام للاتصال الأفقي<sup>(١)</sup>.

ومن المهم الإشارة إلى أن تقرير اليونسكو للممثلين في الحكومة المصرية أهمية دور المعلومات باعتبارها ثروة قومية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية في مصر<sup>(٢)</sup>.

وهناك شعور بالحاجة إلى معلومات حديثة وإلى بيانات يمكن الاعتماد عليها في صنع السياسة القومية وصنع القرار وفي التخطيط في المجالات التي لها أولوية مثل التنمية الاقتصادية، والرعاية الصحية والسكان، وتحديث الزراعة والتجارة الخارجية... الخ. وتعتبر المعلومات عامل أساسي لصنع القرارات الملائمة والفعالة وفي إيجاد مساهمة فعالة من الجمهور للرقى بالاقتصاد القومي.

ومن ثم فيمكن القول أن من المقومات الرئيسية للسياسة القومية المصرية للمعلومات ما يلي:

١ - أن لدى صانعي السياسة القومية وصانعي القرار في كل قطاعات النشاط في مصر اقتناع واعتراف كامل بأن المعلومات هي ثروة قومية وهامة للتنمية القومية.

٢- وأن هذه المعلومات تساهم بطرق هامة وكبيرة في تحقيق التنمية القومية

---

(1) UNESCO, Interim Report on Communication Problems in Modern Society, Paris: International Commission for the Study of Communication Problems, Sep. 1978, p. 58.

(2) UNESCO, 1978, opcit., p. 51.

وفى تحسين مستويات معيشة المواطنين بخلق مجتمع متقدم لديه المعلومات اللازمة والمطلوبة.

٢- تحقيق استفادة كاملة وفعالة من المعلومات والبيانات العامة وايضا الاستفادة من معلومات معينة ومتخصصة فى مختلف المهن فى مساعده الخبراء والمتخصصين فى كافة الانشطة التى يمارسها المواطنون سواء تم انتاجها أو الحصول عليها من داخل الدولة أو أى مكان آخر وأن يتم الاستفادة من تلك المعلومات فى صنع القرارات الفعالة فى حل المشكلات على كافة مستويات وقطاعات المجتمع<sup>(١)</sup>.

ومن أجل هذا فإنه يجب أن ينظر إلى الاتصال للتنمية على أنه عملية متكاملة تتضمن فهم الجمهور المثقف والتعرف على حاجاته، وتتضمن، تخطيط الاتصال من مجالات مختارة وعلى الاستراتيجيات، وصنع الرسائل ونشرها على المثقفين (ويمكن أيضا الاستفادة منها فى الاتصال المباشر بين الانداد) ورجع الصدى.

### عرض لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر

بينت نتائج الدراسات التى أجريت على الريف المصرى أنه يعاني من مشكلات كثيرة كامنة من سنوات طويلة لعل من أهمها: الأمية وانخفاض الانتاج الزراعى وانتشار بعض الأمراض المتوطنة، ومن ثم فإن الريف المصرى كان دائما موضع دراسة الباحثين، خلاصة الدارسين فى علوم الاجتماع والزراعة والاعلام، وهو أمر يجب أن يستمر حتى يمكن رفع مستوى معيشة القروى إلى المستوى المطلوب.

وقد تركزت هذه البحوث فى السنوات القليلة الماضية بصفة أساسية على التنمية الريفية. وسنعرض هنا لطبيعة وأهداف البحوث الميدانية عن التنمية الريفية

---

(1) Neelameghan A, and J. Tocothian, Egypt's National Information Policy. Paris" UNESCO, 1987, p.5.

التي أجريت في مصر في لواخر السبعينات والثمانيات والمناهج التي اتبعت فيها، وأهم المزايا التي حققتها تلك البحوث وأهم ما شابها من نقائص تتطلب العلاج القوي لها وأهميتها أيضا في رسم السياسة الإعلامية ونعرض نطاقا للبحوث.

وفي اختيارنا لهذه البحوث، راعينا أن تكون بحوثا ميدانية من تنمية الريف المصري قام بها باحثون مصريون، وقد استيعبنا البحوث التي اقتصرت بتاريخ الريف المصري أو الدراسات الانطبائية.

وقد اختلفت اهداف بحوث الاتصال التي أجريت في مصر عن التنمية الريفية كما أن أنواعها تعدت، إلا أنه يمكن أن نجمل تلك الأهداف في المجموعات الستة التالية: (١).

### **اهداف البحوث :**

١ - بحوث الاتصال التي تهدف الى دراسة اتجاهات القرويين ودراسة القيم والعادات التي يتمسكون بها والتي تقف حقة أمام التنمية الريفية.

وقد تضمنت البحوث التي أجريت في هذا المجال دراسة اتجاهات القرويين نحو تنظيم الأسرة، وحجم المعلومات الزراعية الحديثة التي تتوفر لديهم مثل المعلومات من الميكنة الزراعية وعن التلقيح الصناعي للحيوانات، كما تضمنت الدراسات كذلك معرفة اتجاهات القرويين نحو مجالس القرى، والجمعيات التعاونية والمراكز الاجتماعية.

---

(1) M.I.T./CAIRO UNIVERSITY, Technological Planning Programme  
Annotated Bibliography: Communication Needs for Rural Development Research Project, Report No. 5, 1979.

أعدت اللجنة المشتركة بين جامعة القاهرة ومعهد "ماساشوتش" للتكنولوجيا (الأمريكي)، والتي تضم مؤلفة هذا الكتاب ضمن أعضائها، التقرير المذكور من التعرف على الاحتياجات الاتصالية من أجل التنمية الريفية في مصر (في إطار مشروع بحث ضمن برنامج التخطيط التكنولوجي).

٢- بحوث الاتصال التي تهدف الى دراسة دور وسائل الاعلام في حملات التنمية وتركزت تلك المجموعة من البحوث على دراسة دور وسائل الاعلام، المسموعة والمرئية في حملات محو الأمية، وفي حملات تنظيم الأسرة علاوة على دراسة دور وسائل الاعلام في خلق وعي سياسي واجتماعي لدى القرويين.

٣- بحوث الاتصال تهدف دراسة بناء الاتصال ودوره في المجتمعات الريفية.

وقد غطت هذه البحوث جوانب رئيسية ومتعددة مثل: دور وسائل الاعلام في نشر الأفكار الزراعية والاجتماعية المستحدثة ودورها في خلق النظرة العلمية لدى القرويين، لتبني وسائل التكنولوجيا الحديثة (مثلاً) علاوة على التعرف على دور وسائل الاعلام في دراسة العوامل التي تؤثر على السلوك الاتصالي ودراسة مدى تبني الأفكار المستحدثة بصفة عامة، ودراسة مدى لقبال القرويين على عضوية المؤسسات الاجتماعية المختلفة في القرية ومدى انتمائهم لها، ودراسة دور الاعلام الريفي في تنمية الريف، ودراسة دور الاعلام الديني في تنمية المجتمعات الريفية، ومدى تأثير نوادي الاستماع والمشاهد على حياة القرويين بالاضافة الى دراسة مدى تعرض القرويين لوسائل الاعلام ومدى ملكيتهم لاجهزتها (أجهزة وسائل الاعلام) علاوة على التعرف على البرامج الاناهية المسموعة والمرئية التي يفضلون الاستماع اليها ومشاهدتها.

٤ - بحوث الاتصال عن التنمية الريفية التي تهدف دراسة الارشاد الزراعي، وقد ركزت الدراسات في هذا المجال على دور مختلف قنوات الاتصال في نشر، وفي تبني الأفكار الزراعية المستحدثة. والواقع فان قنوات الاتصال التي استخدمت في هذه البحوث متعددة ويمكن أن نذكر منها ما يلي:

زيارات المرشدين الحقول والمناطق الزراعية المطلوب تغييرها وحضورهم اجتماعات القرويين والمطبوعات الارشادية - والمجلات الزراعية، والبرامج الزراعية في الراديو وفي التلفزيون، والمعارض .. الخ.

كما تضمنت أيضا دور الخصائص الاجتماعية والنفسية للقرويين في التغيير مثل: دراسة أثر التعليم وأثر الحالة الاقتصادية للقروي واتجاهاته وعاقته، على قبوله وسائل الاعلام عن الارشاد الزراعي، كما أجريت الدراسات كذلك لمعرفة نسبة القرويين الذين يركون أهمية الأفكار المستحدثة ونسبة هؤلاء الذين يتبنونها.

٥- بحوث الاتصال التي استهدفت الدراسة على قادة الرأي المحليين.

وقد أجريت الدراسات في هذا المجال على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأي المحليين ومدى علاقاتهم باتباعهم في القرى مع التمييز بين خصائص القادة والاتباع، ودور القادة في تحقيق مصالح القرويين وفي اقناعهم بتبنى مشروعات التنمية وتعزيز دور القرويين في المشاركة الشعبية.

٦- وأجريت بحوث أخرى استهدفت الهجرة الداخلية.

وقد تركزت الدراسات هنا حول تحديد «الموانع» والظروف التي تؤدي بالقرويين الى الهجرة من الريف الى الحضر أو حتى الهجرة من القرى التي نشأوا فيها الى قرى أخرى، كذلك شملت هذه البحوث دراسة خصائص المهاجرين، علاوة على دراسة الأثر الاجتماعي الناجم عن تلك الهجرة ومدى تأقلم المهاجرين في مجتمعاتهم الجديدة.

هذا وقد ساعدت البحوث المتقدمة، كل المعنيين بالبحث بصفة عامة والمتخصصين في التنمية الريفية بصفة خاصة، على فهم ديناميكية التغيير الاجتماعي في مجتمع القرية المصرية. هذا وقد أصبح مجتمع القرية المصرية، الآن أكثر انفتاحا على العالم الخارجى، وازداد اهتمام المجتمع القروي المصرى أكثر مما مضى ليس فقط بالمسائل المحلية ولكن أيضا بالمسائل القومية.

وقد يرجع هذا التغيير في مفاهيم القرويين الى زيادة تعرضهم لوسائل وسائل الاعلام من ناحية وإلى سهولة حركتهم في التنقل خارج القرى التي نشأوا، ويعيشوا، فيها من ناحية أخرى.

ويهم أن نوضح بأن أفكار وآراء كثير من الكتاب والعلماء في علوم الاجتماع والاتصال والنفس، وغيرها، كانت تعتبر دائماً، أن القرويين يتمسكون بالعادات والتقاليد التي تشلوا عليها وحبوا على هديها مرتبطين بها إلى درجة يصعب معها قبولهم للتغيير الاجتماعي، إلا أن كثيراً من البحوث التي تعرضنا إليها بينت خلاف ذلك، في أحوال كثيرة، إذ لوحظ أن التغيير الاجتماعي يحدث في كثير من المجتمعات الريفية، وإن هذا التغيير قد يرجع، في معظم الأحوال، وكما أشرنا حالاً، إلى زيادة تعرض القرويين لرسائل وسائل الإعلام كما يرجع أيضاً إلى الزيارات التي يقومون بها خارج القرى التي يعيشون فيها.

كذلك فقد اختبرت تلك الدراسات دور قادة الرأي في التغيير الاجتماعي، حيث تبين أنه على الرغم من وجود قادة تقليديين، يتمسكون بالعادات والتقاليد الراسخة، التي استمرت قائمة ومتبعة على مر الزمان إلا أنه مع ذلك فقد ظهرت مجموعة جديدة من القادة تميز أفرادها بصغر السن وولائهم حصلوا على قسط وافر من التعليم علاوة على أنهم يؤيدون اتباع الأفكار المستحدثة ويؤمنون بالحاجة إلى التغيير، وهم على دراية تامة بأهمية هذا التغيير وبالفوائد التي ستعود على مجتمعاتهم الريفية من جراء الأخذ به<sup>(١)</sup>.

### مناهج البحوث :

أظهرت الدراسة التي قمنا بها على بحوث الاتصال عن التنمية الريفية، أنها قد بنيت، كما أسلفنا، على أساس الدراسة الميدانية. وقد استخدمت في جمع المعلومات اللازمة لتلك البحوث وسيلتين هما المقابلة والاستبيان. غير أنه لوحظ أن نسبة بسيطة من الدراسات المشار إليها قد اعتمدت على الملاحظة من طريق المعيشة.

---

(1) Shahinaz Talaat The Flow of Information in an Egyptian Village, M.A. Thesis, The American University in Cairo, 1973.

هذا وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان لكي تجمع المعلومات عن أفكار المبحوثين وآرائهم وعاداتهم وتقاليدهم ولكي تجمع المعلومات أيضا عن اتجاهاتهم وسلوكهم.

أما التحليل الإحصائي الذي أجرى على تلك البحوث فقد استخدم أساليب متعددة منها تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة ووضعها في جداول تكرارية، ومنها استخدام معامل الارتباط والمتوسط الحسابي واختبار الثقة.

### مزايا البحوث :

على الرغم من أهمية وجود خطة قومية متكاملة لبحوث وسائل الاتصال في التنمية الريفية في مصر، وبالرغم من أنه لم يتبين وجود هذه الخطة بالشكل المتكامل الذي يتناسب وأهميتها، إلا أنه مع ذلك فإن النتائج التي توصلت إليها البحوث الميدانية التي أجريت، والتي استعرضناها وأجملنا الإشارة إليها فيما تقدم، تعتبر نتائج هامة وذات فائدة جمة تساعد على رسم سياسات التنمية وخططها في كل مرة يقوم فيها المسئولون بوضع تلك السياسات وهذه الخطط.

هذا ويمكن استخدام نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فيما يلي:

١- رسم سياسة للاتصال الريفي تلخذ في اعتبارها الظروف الاجتماعية والنفسية للقرويين خاصة مع زيادة استخدام وسائل الاعلام الالكترونية كالارسلات التليفزيوني بالاتمار الصناعية ورسائل مذاعة بالفيديو ومراعاة تأثيرها على معيشة الفلاح وانتاجه.

٢- وضع سياسة للإرشاد الزراعي تؤدي الى زيادة انتاج المحاصيل الزراعية وتسويقها، والى زيادة انتاجية الثروة الحيوانية كما تستخدم نتائج البحوث في اعداد خطة عمل مشترك بين المدارس الثانوية الزراعية وبين هيئة الارشاد الزراعي، وكذلك تقوية الصلة بين تلك الهيئة وبين الجهات المسئولة القائمة بالاعلام، وتستخدم النتائج كذلك في عمل برامج دورية لتدريب المرشدين الزراعيين في كل خطط التنمية المطلوب تطبيقها على الجمهور المستهدف.



٣ - استخدام المعلومات البيئية البناءة، خاصة تلك التي ينشرها الوعاظ بالمساجد والقساوسة بالكنائس، وجعلها آراء فعالة لخدمة أغراض التنمية.

### مأخذ على هذه البحوث :

ورغم ما للبحوث الاتصال عن التنمية الريفية التي أجريت في مصر من أهمية وفائدة إلا أننا لم نجد كل شعارها لأسباب متعددة وأحد من تلك الأسباب وجود بعض المأخذ على هذه البحوث كما يلي.

١- تركزت - تلك الأبحاث على دراسة التأثير الاتصالي قصير الأجل والتفاخى عن التأثيرات طويلة الأجل (وهي قد تعتبر أكثر أهمية من التأثيرات قصيرة الأجل) والتي يهتم بها المخططون، بالدرجة الأولى، عندما يضعون الخطط القومية (كالخطة الخمسية للدولة التي تعد من سنوات خمس قادمة).

يضاف إلى هذا بأن كثيرا من تلك البحوث قد قام بها طلبة الدراسات العليا في الجامعات وهم عادة يسعون للحصول على درجة علمية (ماجستير أو دكتوراة) ومن المعلوم أن امكانيات طلبة الدراسات العليا قد تعتبر - في كثير من الأحوال - امكانيات ضعيفة بالمقارنة بامكانيات مجموعة من الباحثين أو مؤسسة بحثية اعلامية مثلا، ومن ثم فإنه يمكن القول بأن تلك البحوث لم تحظ بدراسات مستفيضة وموسعة، خاصة من الناحية الميدانية، كمثيلاتها التي قد تقوم بها وكالات وجهات متخصصة في البحوث، أو مراكز البحوث.

٢- عدم التنسيق في أهداف وخطط وبرامج تلك البحوث مع الجهات المعنية بالتنمية الريفية مثل هيئة الارشاد الزراعي والمركز القومي للبحوث والمعهد القومي للتخطيط وأيضا المسؤولين من وضع سياسات الاعلام والتنسيق من شأنه أن يؤدي إلى زيادة التفاعل بين مختلف الأجهزة والقطاعات بالدولة كما يؤدي أيضا إلى تقييم هذا التفاعل وتقييم التعرض لوسائل الاعلام وهو ما يساعد بدوره على زيادة سرعة دوران عجلة التنمية.

٣- اتجهت معظم هذه البحوث الى دراسة وتحليل الاتصال الرأسي «من أعلى الى أسفل من الجهات القائمة بالتوجيه والارشاد للتنمية الريفية الى القرويين» (المستقبلين لتلك المعلومات والارشادات)، وذلك دون الحصول على، أو معرفة، رجع الصدى منهم والذي يعتبر أحد العناصر الجوهرية الهامة في عملية الاتصال الفعال. وبالتالي فإن تجاهل اتجاه الاتصال من أسفل الى أعلى من شأنه أن يؤدي الى خفض فاعلية الاتصال في عملية التنمية الريفية، وهو ما يؤدي الى عدم اعداد رسائل الاتصال وتحديد مكوناتها بطريقة سليمة، تعتمد على بيانات «رجع الصدى» بما يزيد من فاعليتها في تحقيق أهدافها.

٤- ولأن التركيز كان على الاتصال الرأسي ودون رجع الصدى فإنه لم تتم دراسة «الاتصال الأفقي» بشكل فعال مثل: كيف يمكن للاتصال أن يسرى في كافة أرجاء القرية، وكيف يعمل الناس سوياً، وما هي مشاكلهم المشتركة؟ وكيف يشترك أهل القرية مع بعضهم البعض في تبني أو رفض التغيير وتكون الاجابة على هذه الأسئلة وغيرها، اطار الاتصال الأفقي». وبمثل عدم دراسة «رجع الصدى»، «الاتصال الأفقي» وجود جانباً كبيراً من القصور في البحوث التي أجريت بتعني علاجه بما يؤدي الى المساهمة بحق، في عملية التنمية الريفية في مصر.

### أهمية البحوث في رسم السياسة الاعلامية

من المعلوم انه وحتى تقوم وسائل الاعلام بمهامها فلا بد من توافر علاقة من اتجاهين : بينها وبين جمهور المتعرضين لها، الذين يستخدمون بيانات ومعلومات هذه الوسائل. فوسائل الاعلام يجب عليها أن تتصل بالمتعرضين لرسائلها، كما أن هؤلاء وحتى يمكن أن يستفيدوا من رسائل ووسائل الاعلام، عليهم أيضاً الاتصال بتلك الوسائل، وازيادة معدلات التنمية لابد من توافر بيانات حقيقية فعالة، ولابد وأن تفهم المجموعات الاجتماعية المختلفة في المجتمع أهمية التنمية وضرورة العمل على تحقيق أعلى زيادة ممكنة. ومن ناحية أخرى لابد للمستوامين عن برامج التنمية تفهم كيفية

تفاعل الطبقات والفئات المختلفة في المجتمع فيما بينها وكيفية تفاعلها أيضا مع متغيرات التنمية. ومن هنا يلبي دور البحوث ذلك أن البحث وكما هو معلوم ماهو الا اداة يمكن بواسطتها التعرف ووضوح في أحيان كثيرة، على رأى المتعرضين لوسائل الاعلام. فبحوث الاتصال التي أجريت عن رسائل الاذاعة أو الصحافة مثلا، تساعد مقدم البرنامج الاذاعي أو الصحفي على تجنب خطر اذاعة أو كتابة وجهة نظره المحدودة ببيئته الاجتماعية فقط بحيث يتعداها الى التعرض على نواحي أخرى مثل خصائص الجمهور واحتياجاته، وبالتالي فإن الرسائل الموجهة تصبح أكثر فاعلية. وبحوث الاتصال انواع ولأى منها فوائد ومزايا في رسم السياسة الاعلامية.

### أنواع بحوث الاتصال :

تتفرع بحوث الاتصال من التنمية الريفية ومن أهمها (١):

- ١- البحوث المكتنية، وهي تلك التي تساهم في مضمون برامج الاتصال.
- ٢- بحوث عن المتعرضين لوسائل الاعلام، وهي تمدنا، عادة، بالبيانات عن خصائص الجمهور وحجمه وأنواع اهتماماته ومدى حيوية ودرجة لزوم حاجاته.
- ٣- بحوث عن التأثير، وهي تظهر اتجاهات المتعرضين لوسائل الاعلام والقيم التي يعتنقونها، وبالتالي تظهر اتجاهاتهم وقيم مجتمعهم، كما تظهر أيضا السلوك الذي يقومون به (وكنا سلوك مجتمعهم).
- ٤- بحوث تحليل احتياجات الجمهور على المستوى القومي أو على مستوى مجموعة أو فئة معينة، وعادة فإن احتياجات الجمهور تختلف في كل مجموعة وفئة على كل مستوى.

---

(1) Itiel De Sola Pool "The Governance of Mass Communication" in Majid Teheranian, et al. (eds) Communication Policy for National Development, Routledge and Kegan Paul, 1977, p. 140.

٥- بحوث عن التنظيم والبحوث عن النظم التي تجرى داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها، فهي تؤدي الى التعرف على كافة الامكانيات والموارد المتاحة بالمؤسسات الاعلامية وكيفية استغلالها تلك الامكانيات والموارد، والتعرف كذلك على كيفية ادارة تلك المؤسسات بما يؤدي الى تحقيق اهدافها فيما يتعلق بمتطلبات التغيير واستخدام التكنولوجيا المتقدمة.

٦- بحوث اختبار المواد الرائدة في برنامج التنمية وتقييمها، وهذه البحوث تساهم في تطوير المفاهيم عن الافكار المتسبجة.

ونظرا للاهمية الكبيرة التي تتصف بها البحوث وقدرتها على مساعدة النين يضعون فكره واهداف البحوث وقدرتها على مساعدة النين يضعون السياسات والنين يخططون لبرامج التنمية، رغم أنها قد لا تتصف بالحياد أحيانا، فإنه يجب علينا أن نفكر في كيفية ربط أنشطة البحوث مع سياسات برامج التنمية وتنفيذها.

ومن المتفق عليه أن الهيئات القائمة بالبحوث تحتاج الى تمويل ضخم الم صرف منه على تلك البحوث كما تحتاج أيضا الى مرونة تسمح لها ببعض الحرية في الابتكار والمبادرة.

ومن المهم أن نؤكد هنا على أهمية استقلال الهيئات القائمة على البحوث إذ أن هذا الاستقلال من شأنه أن يساعد على حريتها في مساندة الباحثين في ابتكاراتهم كما يساعد تلك الهيئات أيضا في حث الباحثين على خلق الابتكارات المتصلة بالحاجات التي يقوم من أجلها البحث. يضاف الى هذا بأنه إذا ما أردنا أن يكون للبحث فائدة في التطبيق فإنه يجب أن تكون هناك صلة وطيدة بين الباحثين وبين مخططي سياسات الاتصال كذلك التي بين الباحثين وبين المستهدفين من البحوث.

## نظام البحوث والاستفادة من نتائجها

بعد أن تبينا أنواع بحوث التنمية الريفية التي أجريت على مجتمع القرية المصري، وتعرضنا إلى أهم مزاياها والتقائص التي شابتها نعرض لمشكلة هامة هي عدم الاستفادة الكاملة من نتائج تلك البحوث ذلك أنه على الرغم من الجهود التي بذلت سواء في تخطيط واعداد الأبحاث والدراسات، أو في تطبيقها ميدانيا وفي تحليل نتائجها، فإنه مازالت بعض تلك الجوانب - تخطيط واعداد وتطبيق ميداني وتحليل النتائج - وإلى حد كبير مجرد أوراق مكتوبة دون إجراءات تنفيذية فعالة، وهو ما يجعل وكان الجهود التي بذلت والأموال التي صرفت طاقات معطلة، ويمكن أن نستنتج من ذلك أن الواقع العلمي في مصر مازال بعيدا عن التقدم العلمي المستهدف والذي يمكن الوصول إليه إذا ما تم وضع نظام متكامل وفعال يأخذ كل هذه العناصر في الحسبان.

وقد ترجع قلة الاستفادة من البحوث بالتطبيق الميداني لها إلى عدم وجود التمويل الكافي، إلا أن ذلك لا يجب أن يقف حائلا أمام الاستفادة من التقدم العلمي - خاصة إن كانت الفوائد المرجوة من تطبيق نتائج البحوث أكثر من تكلفتها - بل يجب أن يتم هذا التطبيق بدون أي تردد وأن يستمر دون توقف طالما يحقق أهدافه.

وربهم أن نوضح أن المقصود من عدم الاستفادة الكاملة من نتائج البحوث لا ينصرف فقط إلى عدم تطبيقها، وإنما يشمل أيضا التطبيق الجزئي، أو الخاطئ. لنتائج تلك البحوث نتيجة تغير ظروف المجتمع القروي مثلا، وفي هذه الحالة يجب مراجعة الوضع لاستخدام النتائج البحثية.

وقد تعددت المجالات والأنشطة التي لازالت تقتصر إلى الاستفادة من نتائج بحوث الاتصال من أجل التنمية، في معظم دول العالم، فنذكر منها: الزراعة، والصناعة، والتعليم. كما أنه في الطب والصحة وتنظيم الأسرة زاد القصور أي زادت الفجوة بين النتائج والتطبيق الميداني. وفي دراسة قامت بها الإدارة الأمريكية

للصحة العامة تبين أنه لم يتم الاستفادة من نتائج البحوث الطبية الجديدة مما نتج عنه وفاة ٨٨٠٠٠ مريض من مرضى السرطان، ٢٠٠٠٠ مريض من مرضى روماتيزم القلب وحالات أخرى كثيرة كانت الوفاة فيها نتيجة أمراض أخرى. ومن المنطقي أنه إذا كانت نتائج البحوث العلمية مبشرة بالخير وفعالة ولم يتم الاستفادة منها، في دولة تعد قمة في التقدم العلمي والتكنولوجيا في العالم، فما بالنا بالقول الأقل تقدما منها أو النامية. ويتفق معنا في هذا الرأي بعض الكتاب مثل الكاتب «فولسم»<sup>(١)</sup>.

وهم أن نوضح أنه بالرغم من الجهود المبذولة في الاعداد للبحوث إلا أنها تقتقد أحيانا بعض مقوماتها بما يشوب الاعداد ببعض القصور. وحتى يمكن لنا أن نتبين مشكلة القصور في اعداد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر وفي الاستفادة منها، بدرجة اشمل وأوضح فانه ينبغي أن نتعمق أكثر الى داخل العملية الأساسية لاعداد البحوث وأن نتبين العمليات المتداخلة فيها ووظائفها والمراحل الموجودة بها.

### اعداد البحوث :

نكرر ما اسلفنا من أن الاستفادة من بحوث الاتصال عملية قائمة ومستمرة طالما أن حاجتنا دائما متجددة. وهي بالطبع عملية متعلقة بالاتصال ومتعلقة أيضا بالتغيير الاجتماعي. وتعتبر نتائج البحوث في تلك العملية رسالة من ضمن رسائل وسائل الاتصال. وهذه النتائج قد تم التوصل اليها بالدراسات الميدانية التي استشفت حاجات وآراء عينات للبحوثيين. هذه الحاجات والآراء ترسل الى مخططي البحوث حيث تتم محاولات اشباعها والوفاء بها وبالتالي تعود الى الجمهور المستهدف في صورة «افكار مستخدمة للتطبيق».

---

(1) M.B. Folsom "Today's Health Needs and Tomorrow's Services" American Journal of Public Health, No. 53, 1963, pp. 863-871.

وكما هو واضح فإن أعداد البحث والاستفادة منه يعتبر عملية من العمليات ومن ثم وحتى نتعرف على عناصرها لابد أن نوقف حركتها في نقط محددة وهي توقيت محدد، ثم نقوم بتحديد المراحل أو الخطوات في تلك العملية<sup>(١)</sup>. وهذا هو ما سنتقوم به حيث نستعرض - للقضاء على المشكلة المعنية لو تلبية الحاجة - نظام لأعداد البحث والاستفادة منها.

ونبين في الشكل رقم ( ٨ ) نظام البحث الذي نوصى به وهو يتكون من ثلاث عمليات رئيسية تتصل بها بصفة أساسية ست مراحل تتفاعل مع تلك العمليات الرئيسية الثلاث بما يؤدي إلى أن تعتمد بحوث الاتصال على حاجات حقيقية وواقعية وهو ما يؤدي إلى تلبية الحاجات والقضاء على المشكلات المطروحة. وبهم أن ننوه بأن العمليات الثلاث والمراحل التي تتفاعل معها هي عمليات ومراحل تتعلق بالنظام الاجتماعي ( تلور الدائرة في الشكل رقم ٨ ، مثلا بحيث قد تبدأ العملية من التطبيق حيث يعرض رجع صدى الممارس فيتم البحث عليه بعد المرور على الرابط).

### **عملية البحث :**

وهي العملية التي يتم فيها أعداد البحث واستخدام المعلومات اللازمة من الجمهور المستهدف والتي يتم فيها الاستفادة من نتائج البحث.

### **عملية الربط :**

ويتم بمقتضى هذه العملية ترجمة حاجات الجمهور المستهدف ثم توصيله رسالة واضحة وكاملة عنها إلى الباحثين كما يتم من خلال هذه العملية أيضا أعداد وتوزيع الرسائل والأفكار المستحدثة من الباحثين إلى الجمهور المستهدف في عملية «التطبيق».

---

(١) شاهيناز طلعت، مراجع سابق ص ١١

## عملية «التطبيق»

ويتم من خلالها أولا التعرف على حاجات الجمهور القروي، الذي يقوم البحث عليه، ثم بعد الانتهاء من البحث والتوصل الى النتائج تتم عملية «التطبيق» (بعد اعداد الافكار المستحدثة عند الباحث) ثم يظهر «رجع الصدى» اما بتبنى الفكرة المستحدثة (ايجابى) أو برفضها (رجع صدى سلبى).

هذا، وفى العادة، فإن اعمال البحث يقوم بها الباحثون سواء الذين يعملون فى الحكومة أو يدرسون فى الجامعات (أو الباحثون الذين يعملون فى أى جهة أو هيئة.. تقوم بالبحث فى مشكلة، أو مشاكل معينة أو حاجة من التنمية الريفية وتبغى الوصول الى حلها أو تليينها. كما يعمل بالبحث ايضا مخططوا برامج التنمية الذين يختصون ببحث وتحقيق مشاكل الاتصال من التنمية الريفية.

ويتحدد مجال عملية التطبيق بواسطة برامج الاتصال من التنمية الريفية. وهى تهدف أساسا الى استخدام نتائج بحوث الاتصال من التنمية الريفية، والتي تم التوصل اليها من البحث على الممارسين.

أما العملية الوسيطة فهى العملية التى تربط العمليتين (الأولى والثالثة) معا، ومن ثم فإننا نطلق عليها عملية «الربط» أو يقال عنها «حلقة الوصل». وهى تعنى أساسا بدراسة وترجمة وتحليل وتفسير كافة المتغيرات والمعلومات والبيانات فيما بين «الباحث» وبين الشخص (أو الأشخاص) القائم بالتطبيق الميدانى للأفكار المستحدثة (نتائج الابحاث وهو ما يطلق عليه اسم «الممارس»).

وكما يظهر من الشكل رقم 8 نجد أن العمليات الدراسية الثلاث ست مراحل تمر بها متغيرات الاتصال من التنمية الريفية فى مصر، يمكن أن نوضحها فيما يلى:



## المرحلة الأولى:

سريان الحاجات المطلوبة وحاجات «الممارس» (وهو ضمن مستخدمي) نتائج  
بحوث الاتصال الذين لهم حاجات جديدة) يفرش الوصول إلى «الباحث» من خلال  
الرابط في عملية الرابط).

## المرحلة الثانية:

هذه المرحلة تتم بعد أن يقوم (الرابط) بمهمة في ترجمة حاجات «الممارس»  
وتبويبها ثم يحولها إلى عملية «البحث» حيث الباحثين والمخططين.

## المرحلة الثالثة:

يحاول الباحثون أن يوفروا البيانات المطلوبة من الحاجات العامة وحاجات  
«الممارسين» أما عن طريق تجميع البيانات من البحوث المعنية التي يقومون بها أو  
بأجراء مزيد من البحوث الجديدة ثم يقومون بإرسال نتيجة ذلك في شكل أفكار  
مستخدمة إلى «الرابط».

## المرحلة الرابعة:

وهي المرحلة التي يقوم فيها «الرابط» بتصفية وتلخيص البيانات الواردة من  
الباحث عن الأفكار المستعملة وترجمتها وتفسيرها إلى اللغة التي يستطيع الممارس  
(العادي) فهمها.

## المرحلة الخامسة:

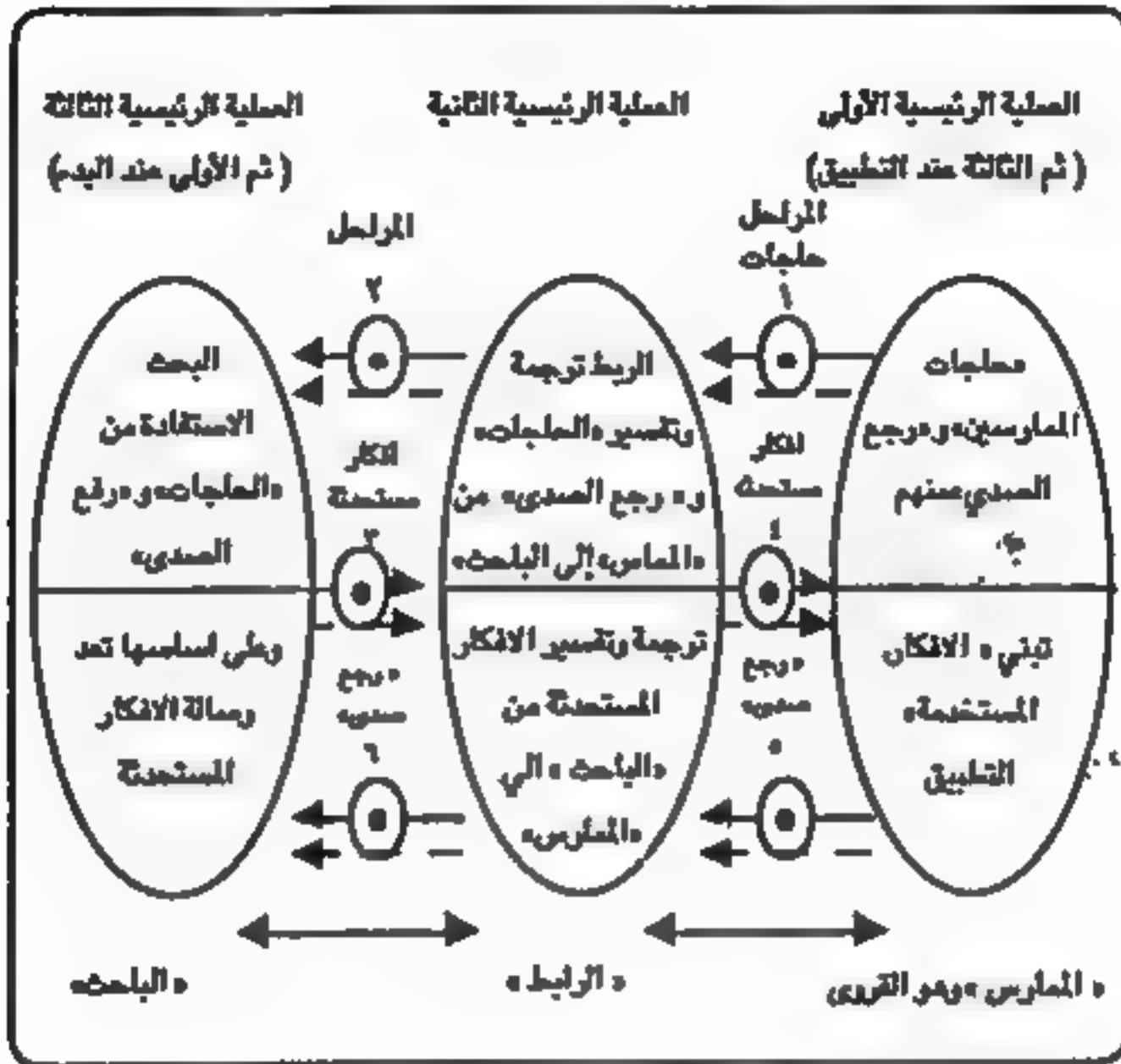
وهي المرحلة التي يظهر فيها «رجع الصدى» «حيث يقوم» الممارسون  
بالإتصال بالرابط في العملية الثانية ويبينوا له مدى تناسب هذه البيانات الجديدة  
(الأفكار المستعملة) وحاجاتهم ولما إذا حققتها من عدمه.

## المرحلة السادسة:

وهي مرحلة توحيد «رجع الصدى» حيث يقوم «الرابط» في العملية الثانية بالاتصال بالباحث ويوضح له، باللغة التي يفهمها النتائج التي ترتبت على البيانات الجديدة (الأفكار المستحدثة) «رجع صدى» «الممارس» ويغير الباحث الأفكار المستحدثة التي ظهرت في المرحلتين الثالثة والرابعة إذا ما كان «رجع الصدى» من الممارس الذي وصل للباحث سلبيا لم أن كان إيجابيا فإنه قد تستمر الأفكار في المرحلتين الثالثة والرابعة بشكلها العالي، إلى حين يتم التغيير بما يتفق وحاجات «الممارسين» المتجددة والتطور العلمي والتكنولوجي وهكذا تستمر العملية، وكما أوضحنا فإنه في معظم الأحوال فإن نظام أعداد البحث والاستفادة من نتائجه يجب أن يبدأ من عند حاجات «الممارسين» وهو أمر طبيعي حيث أنهم الجمهور المستهدف ولذلك فقد اعتبرناها العملية الأولى في النظام الذي نقرحه لعلاج مشكلة «القصور» في أعداد الأبحاث وفي الاستفادة من نتائجها. كما أن الحاجات في تلك العملية هي التي من أجلها تنشأ الأفكار المستحدثة التي يتم تبنيها «رجع صدى إيجابي»، أو رفضها «رجع صدى سلبي».

ونكرر ما يوضحه الشكل عن النظام الذي نوصي به من أن هذه العمليات تبين المراحل ديناميكية مستمرة وهي لذلك يمكن أن تشبه مجازا بالعمليات الانتاجية في مصنع لتصنيع سيارات الركوب مثلا.

الشكل (رقم ٨) « نظام للبحوث والاستفادة من نتائجها » (\*)



#### لتصالح للتغيرات :

- ١- « حاجات » الممارسين « تنتقل رسائلها ، من العملية الأولى « الممارس » إلى « الثالثة » الباحث بواسطة « الرابط » من خلال المرحلتين ١ ، ٢ .

• ملاحظة هامة : يوجد تداخل طبيعي بين العملية الرئيسية الأولى « المعالجات » والثالثة « البحث » : ففي العملية الأولى تعرف المشكلة أو الحاجة (وهي أساس البحث في العملية الثالثة) ويتم التطبيق أيضاً في العملية الأولى لما الحل أو الفكرة المستعمدة فهي تأتي من العملية الثالثة للأولى أما في العملية الثانية فالرابط هو همزة الوصل بين الاثنين .

٢- «الافكار المستحقة» تنتقل رسائلها، من العملية الثالثة الى الاولى، بواسطة  
«الرابط» من خلال المرحلتين ٤.٢.

٣- «رجع الصدى» تنتقل رسائله، من العملية الاولى الى الثالثة، بواسطة  
«الرابط» من خلال المرحلتين ٦.٥.

#### ملاحظات :

• اعد الشكل في صورة نواتر يفضاوية بما يفيد انها عمليات «وانها  
مستقرة متجددة».

• كل عملية رئيسية قسمت الى قسمين كل قسم منها يتبين فيه الاعمال  
المتصلة به.

• كل اتصال بين العمليتين الاولى والثالثة يتم على مرحلتين نظرا لوجود عملية  
الربط (العملية الثانية) بين العملية الاولى والعملية الثالثة.

• تيل الاسهم المنقطعة على أن العمليات في هذا النظام مستمرة.

• استخدمنا اسم «الممارس» بدلا من اسم «المطبق»، واسم «الرابط» أعمق  
في التعبير عن اسم «الموصل» ولذلك استخدمناه.

وَيُتَوَضَّحُ هَذَا التَّقَارِبُ 'لِمَحَارِي مِنْ وَجُودِ أَوْجِهٍ شَبَّهِ كَبِيرٍ بَيْنَ عَمَلِيَّاتِ نِظَامِ  
بَحْوثِ الْإِتِّصَالِ عَنِ التَّنْمِيَةِ الرِّيفِيَّةِ وَالْإِسْتِقَادَةِ مِنْ نَتَائِجِهَا الَّتِي نَوْحُهَا يُتَطَبَّقُ وَبَيْنَ  
الْعَمَلِيَّاتِ الْإِنْتِاجِيَّةِ فِي مَصْنَعٍ لِتَصْنِيعِ سِيَّارَاتٍ وَكُوبٍ نَبِّينَ مَا يَلِي (شَكْلٌ رَقْمُ ٩):

### **العملية الرئيسية الأولى وتشمل:**

#### **• معرفة حاجات الجمهور**

أ - مَآكِينَةُ زِرَاعِيَّةٌ مَعِينَةٌ (فِي نِظَامِ الْبَحْوثِ الْمَقْتَرَحِ)

ب- سِيَّارَةٌ وَكُوبٌ بِشَكْلِ مَعِينٍ (فِي مَصْنَعِ سِيَّارَاتٍ).

#### **• تلبية تلك الحاجة**

أ - تَوْفِيرُ تِلْكَ الْمَآكِينَةِ (فِي نِظَامِ الْبَحْوثِ).

ب- تَصْنِيعُ هَذِهِ السِّيَّارَةِ (فِي مَصْنَعِ سِيَّارَاتٍ).

### **العملية الرئيسية الثانية:**

وَيَنْبَغِي عَنْهَا مَرَاحِلُ الْمُسَاعَدَةِ فِي تَحْقِيقِ مُتَطَلِّبَاتِ الْعَمَلِيَّةِ الرَّئِيسِيَّةِ الْأُولَى.

#### **• ترجمة هذه الحاجات للباحثين**

أ - تَوْفِيرُ مَآكِينَةٍ زِرَاعِيَّةٍ تَحْقِيقُ حَاجَةَ الْمَآرِسِينَ

ب- لِتَصْنِيعِ سِيَّارَةٍ وَكُوبٍ تَحْقِيقُ رِغْبَةَ الْعَمَلَاءِ.

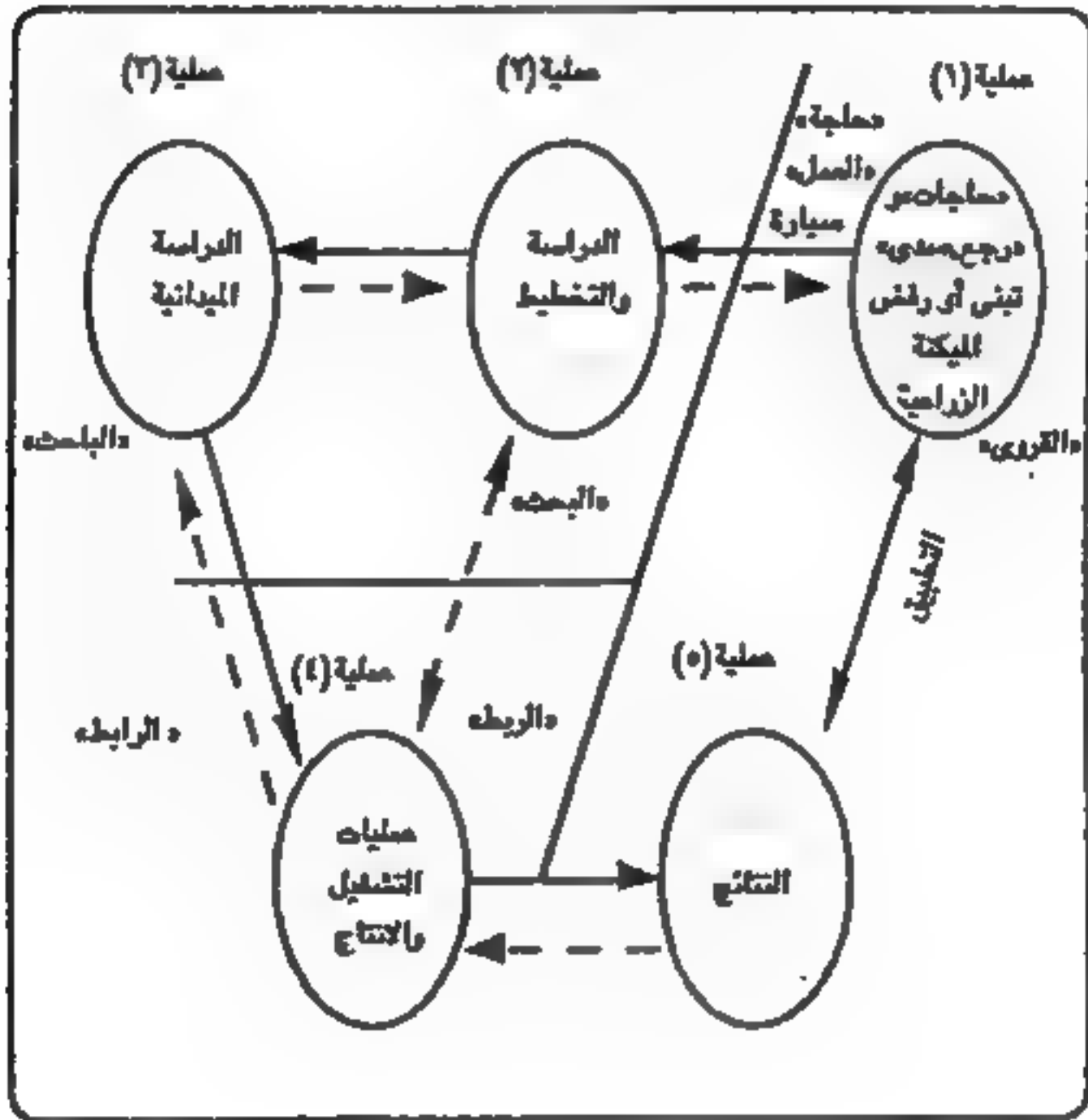
وَتَرْجُمَةُ رَجْعِ صَدَى الْبَاحْثِينَ أَيْضًا.

أ - عِنْدَ اسْتِخْدَامِ الْمَآرِسِينَ لِلْمَآكِينَةِ الزِّرَاعِيَّةِ .

ب- وَعِنْدَ اسْتِخْدَامِ الْعَمَلَاءِ سِيَّارَةَ الْوَكُوبِ

### الشكل رقم ٩

عمليات نظام البحث والاستفادة من نتائجها والعمليات الانتاجية  
في مصنع للسيارات



## والعملية الرئيسية الثالثة عن البحث يتم فيها:

أ - تحديد الحاجات الحقيقية للممارسين لاستخدام مأكينة زراعية واعداد الفكرة المستحدثة عن الماكينة الزراعية (مواصفاتها ونوعيتها .. بما يشبع حاجة هؤلاء القرويين الممارسين).

ب - تحديد الحاجات الحقيقية للعملاء لاستخدام سيارة ركوب واعداد الفكرة المستحدثة عن هذه السيارة (ما يشبع تلك الحاجة).

وبين هذه العمليات الرئيسية الثلاث هناك مراحل لاعداد الافكار المستحدثة (اعداد مأكينة زراعية لحاجة القرويين الممارسين وتصنيع سيارة ركوب لعملاء المصنع).

والحقيقة فان «حاجات»<sup>(١)</sup> القرويين الذين «سيستخدمون» نتائج بحوث الاتصال من التنمية الريفية حاجات متعددة ويصعب تقييمها بدقة. فبعض تلك الحاجات ظاهر لنا ويمكن التاكيد منه عن طريق الدراسات الميدانية على القرويين ومن طريق اللجان التي تشكل من بين هؤلاء القرويين والتي يحددون فيها حاجاتهم وهو ما يساعد الباحثين في بحوثهم. كما أن تلك الحاجات يمكن التعرف عليها أيضا عن طريق «الرابط» الذي لديه بحكم عمله، اتصال مستمر باعداد كبيرة من «الممارسين». ومن جهة ثانية فان لدى القرويين «حاجات» أخرى ذات طبيعة أكثر صفا يمكن أن نقيّمها وأن نقيّمها فقط من خلال ايجاد حاسة رقيقة نستطيع أن نلتصق بها تلك الحاجات في فترة زمنية معينة. وفي العادة فان تلك «الحاجات» قد تتخرج

---

(1) Vance Packard The Hidden Persuaders, New York: Pocket Books, 1964.

- Abraham H. Maslow Motivation and Personality, New York: Harper and Row, 1954.

- Rueben Hill and Others Needed Social Science Research in Population and Family Planning. New Delhi: Ford Foundation, Mimeo Reports p. 968.

تحت كل ما يكمن في نفس القروي وتحت كل ما يسبب له حرج أو يتعلق بكرامته في بعض الأحوال. فاقامة ابنة القروي غير المتزوجة وحدها، في المدينة كان، ولا زال لدى البعض، أمرا محرجا للقروي. ومن ثم فإن حاجة القروي الى المال وبالتالي رغبته «الكامنة» في توظيف ابنته واقامتها خارج القرية قد لا يعلمها الا شخص يتمتع بحاسة لائحة وبقيقة وقد يكون ذلك الشخص قد عايش المجتمع الريفي الذي نشأ فيه ذلك القروي.

يضاف الى هذا بلتنا نجد نوع ثالث من «الحاجات» وهي تلك التي لا يمكن معرفتها حين تكون امامنا بدائل أخرى طبقا لما تظهره نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية. مثال ذلك أن يكون امام الفلاح استخدام الميكنة الزراعية، بما توفره من آلات حديثة مما يعطى له انتاجا اكبر بجهد أقل قد يغطي ارتفاع تكلفة اقتنائها، باعتبارها بديلا للنظام اليدوي التقليدي في الزراعة.

ومن ثم فإننا نجد أن عمليات نظام بحوث الاتصال عن التنمية الريفية تؤدي، غالبا، الى خلق حاجات جديدة كما تؤدي الى تبديل أولويات الحاجات القائمة. ففي المثال المتقدم نجد أن استخدام الفلاح للآلة الزراعية الحديثة خلق عنده حاجة جديدة، قد تتعلق بتطلعه الى الحصول على أنواع أخرى من الآلات الزراعية - وهذا من شأنه أن يؤدي به الى تبديل الأولويات يشتري اليوم آلة، بالتقسيط، بدلا من أن يقوم بتشغيل عدد من العمال باليومية مثلا.

وقد نجد في بعض الأحوال أن «الممارس» لا يشعر بأنه يحتاج الى فكرة جديدة لتبديل «حاجاته» الحالية الا اذا علم بوجود بدائل يمكن له استخدامها وأن تلك البدائل قد تحقق له استفادة أكبر. وهنا يأتي دور وسائل الاعلام حيث توفر له المعلومات اللازمة عن البدائل والأفكار المستحدثة سواء بواسطة «الكاتالوجات» أو البرامج الريفية بالاذاعة والتليفزيون. وكما أوضحنا فإن «الممارس» وهو القروي يستمر في إعادة ترتيب حاجاته استنادا الى نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية والتي يتعرض لها عن طريق وسائل الاعلام - وهذا ما يؤدي بنا الى القول بأن عملية تقييم «الحاجات» وإعادة ترتيبها، هي عملية مستمرة عبر الزمان.



ويهم إعادة التنوية هنا بأن النظام الذي نوصى بتطبيقه «البحوث والاستفادة من نتائجها» يبين أن القائمين بعملية «الربط» - وهم في الوسط بين الباحثين وبين الممارسين يقومون بترجمة «حاجات» الممارسين وتوصيلها إلى الباحثين باللغة التي يفهمونها وبالأصطلاحات العملية التي درسوها (وفقا لما تم الإشارة إليه فيما تقدم).

ويمكن أن نكمل أهمية القائم بعملية «الربط» فيما يلي:

(أ) أنه يستطيع أن يقيم «حاجة» الممارسين<sup>(١)</sup>.

(ب) أنه يمكنه أن يعمل مثل «حارس البوابة».

(ج) يمكن أن نشبه «الرابط» بالجسر الذي يمر فوق نهر من الأنهار بما يؤدي إلى «الربط» بين «الباحثين» و«الممارسين» فكل منهما متواجد على أحد ضفتي النهر).

ومن المتفق عليه أن الباحثين هم عادة أشخاص فنيين ومتخصصين وذوي خبرة في التنمية الريفية، ولكن طالما أن «الممارس» ليس متخصصا فيها، كما وأنه لا يتمتع بتلك الخبرة فإن اللغة التي يتكلم بها والأصطلاحات التي يستخدمها ومصطلحات التي يبنيها قد لا تتفق مع ما يفهمه «الباحث» أي أن كل منهما، في الغالب، قد لا يفهم كل ما لدى الآخر. ولتضرب لك مثلا: المهندس التنفيذي في شركة المقاولات حاصل على الدرجة الجامعية، أو على درجة أعلى منها، وهو في أثناء التنفيذ قد لا يستطيع توصيل بعض المعلومات من بناء حائط خرساني إلى عامل البناء وفي ذلك فقد نشأت وتطوّرت بينهما هي وظيفة مساعد المهندس الذي يقوم بها فني متخصص ولكنه قد لا يحمل الدرجة الجامعية وإنما مازال في الجامعة أو حصل على دبلوم ثانوية صناعية أو ما شابه. هذا الشخص يستطيع أن يتلقى المعلومات من كل من الطرفين ويوصلها للآخر. ويمكن مجازا، تشبيه «الباحث» في عملية البحث في

(1) Wilbur Schramm Mass Communication, Urbana University of Illinois Press 1960 pp. 175 - 177.

- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام: الأسس والنهائى، الطبعة الأولى، القاهرة: دار

للشعب ١٩٧٦، ص ٧٤.

نظامنا هنا بالهندس، ونشبهه «الرابط» في العملية الثانية، بمساعد المهندس وإن كان الرابط على دراية اكبر كما يمكن أيضا تشبيه القروي في عملية التطبيق، بعامل البناء.

ومن هذا المعنى يتكلم «راندل» حيث يرى أن الشخص الذي يتواجد بين «الباحث» وبين الشخص الذي يتولى «التطبيق» لا يقوم بأى من العلين ولكنه يفهم كلا منهما<sup>(١)</sup>.

ومن الشكل رقم ٨ نفترض مثلا «حاجات» «الممارس» (أ) قد وضعها «الرابط» (ب) في رسالة الباحث (ج) بعد أن يكون (ب) قد قام بتحليلها وترجمتها وصياغتها الى اللغة التي يفهمها (ج). وعلى هذا فإن العمل الذي سيقوم به (ج) سيرتكز أساسا على «حاجات» «الممارس» (أ) و«حاجات» «الممارس» هي التي تلي الى «البحث». وقد يتسائل البعض هنا ما هو الوضع إذا لم توجد أمامنا «حاجة» للمارس؟ بمعنى أنه قد تظهر لدينا مشكلة ما - ولم تظهر حاجة - وأردنا أن نبحث فيها، من أين نبدأ «البحث» طالما لا توجد تلك «الحاجة»؟ فمثلا لدينا مشكلة من التنمية الريفية تتعلق في انخفاض الانتاج الزراعي وأردنا أن نبحث في تلك المشكلة باستخدام النظام الذي نوصى به هنا فكيف نبدأ ومن أى عملية طالما أن المفير الرئيس للعملية الأولى غير ظاهر؟ أو ظاهرة بغير وضوح

لقد أجبتنا على هذا السؤال فيما تقدم، ونكرر بأن «الحاجة» أم الاختراع، ففى مشكلة عامة أو هامة نستلزم البحث فيها لابد وأن تتضمن «حاجة» أو «حاجات». ففى مشكلة انخفاض الانتاج الزراعي هناك «حاجة» الى تعديل الأساليب الحالية فى الزراعة و«حاجة» الى تعليم المزارع الأساليب الحديثة كما أن الفلاح نفسه لديه أيضا «حاجة» الى زيادة هذا الانتاج وتحسين مستواه المعيشي، كما أن محاولة

---

(1) David Rafel "Communication Research and Communicating Research: The Population Field Encounters Old Problems and Attempts New Solutions". Paper Presented at the Conference on Major Issues in World Communication, Honolulu: East-West Center, 1972.

الارتقاء بمستوى المعيشة يمثل حاجة. كما ان الحاجة مسألة نسبية ويمكن أن تمثل رغبات عدة للشخص حاجات مختلفة . وفي مشكلة محو الأمية نجد أن الأمي في حاجة الى أن يتعلم... وهكذا.

نعود مرة أخرى الى المناقشة حول نظام «البحوث» الذي نوصي به. ونوضح بأنه اذا توافرت للباحثين المعلومات المطلوبة من حاجات «الممارسين» فانهم يقومون بنقلها بعد ترجمتها وتحليلها في صورة أفكار مستحدثة (أما أشياء حاجات «الممارسين» التي عبروا عنها أو حاجات كامنة لم يعبروا عنها وإنما تعرف عليها «الرابط» بحكم عمله واتصاله بالممارسين وضمونها رسالته للباحث) الى الرابط. فإذا لم تكن المعلومات التي نقلها الرابط وضمونها رسالته الى الباحث كافية أو غير واضحة أي اذا لم يستطيع «الباحث» فهم ما يريده «الممارس» فإن الأمر حينئذ يستلزم مزيدا من البحث والدراسة.

وكما أوضحنا فإن «الرابط» يقوم بدور هام وحيوي في عمليات «نظام البحوث» الذي نوصي به وفي مراحل الست. وبدونه قد لا تتم تلك العمليات. ذلك أن «الباحث» ينقل «الرابط» رسالته وهي عادة فنية للغاية وتتضمن بيانات كثيرة متحدة ومتشعبة ومن ثم فهو ان لم يستطيع تلخيصها وتبسيطها ثم ترجمتها الى اللغة التي يمكن «الممارس» أن يفهمها فإن هذا الأخير سيصبح في موقف لا يحسد عليه. ويضيف «برايس» إلى ذلك أن الشخص الذي يستخدم البيانات سيكون شخص متخ (١). هذا وإذا لم تتوفر للمارس البيانات بالدرجة والنوعية والكمية التي يستطيع استيعابها فإنه إما أن يطبق الرسالة خطأ أو لا يطبقها على الإطلاق. والواقع فإن هذه المشكلة لا تتعلق فقط بعدم تبسيط واختصار البيانات أو حتى بعدم توافرها وإنما تتعلق أيضا وبصفة أساسية، بمعنى «استيعاب» الممارس لها. وأهل الصورة

---

(1) Derek De Sola Price Little Science, Big Science; New York: Columbia University Press, 1963 pp. 69 - 70.

- Phillip Davison, James Boylan and Frederick Yu Mass Media : Systems and Effects, New York, Praeger Publishers, Inc. 1976 Chap.

تتضح أكثر إذا تصورنا في المثال الذي أوردناه حالا عن المهندس ومساعد المهندس وعامل البناء، أن الأول قد طلب من الثالث مباشرة، دون المرور على مساعد المهندس أن يحسب له حسابا علميا مثلا كمية الطوب الأحمر المطلوبة لبناء الحائط الخرساني وكذا كميات الرمل والأسممت والزلط والحديد .

ونتقلنا هذه المناقشة الى نقطة (هامية) وهي كيفية تجنب إعطاء «الممارس» معلومات تفيض عن امكانياته وفهمته على الفهم.

### كيفية تجنب تضخيم وتعقيد ومعلومات «الممارس» :

١ - لابد من تنقية وتبسيط رسائل «الباحث» للمارس عن طريق «الرابط» وأن تكون المعلومات التي تصل «الممارس» من الرابط هي انسيب وبسيط المعلومات التي يمكن أن يتفهمها بسهولة مع استبعاد المعلومات الفنية المعقدة (مثل ميكانيكية تشغيل الآلة الزراعية) .

٢ - تصميم مضمون رسالة «الرابط» المرسله الى «الممارس» بحيث تصبح مفهومة تماما له «الممارس» . ويمكن في هذا أن تشبه تلك الرسالة بالكتيبات الصغيرة التي توضع فكرة مستحدثة وكيفية تطبيقها ميدانيا كالمعلومات الفنية التي توضع نوع آلة من آلات التصوير والشركة المنتجة لها وكيفية تشغيلها .

٣ - حذف التفاصيل غير الضرورية في رسالة «الباحث» الى «الرابط» والتي على اساسها يعد هذا رسالته «الممارس» حتى يكون ما يصل اليه (الممارس) هو أقل قدر من تلك المعلومات <sup>(١)</sup> «أى ماقل ودله فيكفى في المثال السابق القول بأن تشغيل آلة التصوير بالضغط على مفتاح رقم كذا.... وان وضع الفيلم فيها يتطلب استخدام جزء رقم كذا.. دون باقي التفاصيل التي لا داعي منها مثل كيفية اعادة تركيب قطع غيار لها أو الكيفية التي تتلقى بهال العنسة الضوء ثم ترسله للفيلم.. الخ.

هذا ويهم أن نوضح بأن المرحلة الرابعة في الشكل رقم ٨ قد تشمل عددا من الخطوات اللازمة حتى تنقل «الفكرة المستحدثة» بمعرفة «الرابط» من الباحث الى

(1) See John Platt and James Miller "Handling Information Overload" *Ergonomics*, No. 28, 1969 pp. 295 - 296.

الممارس وحتى يتبناها (أو يرفضها). ذلك أن الظروف التي وضع على أساسها الباحث فكره المستحدثة قد تختلف عن الظروف التي سيتولى فيها «الممارس» تطبيقها. ومن ثم فإنه يقع على عاتق «الرابط» مسئولية أخرى تختص بمساعدة «الممارس» على التأقلم على تنفيذ الفكرة المستحدثة (أذا هو تبناها). وأبسط مثال لذلك هو استخدام الفلاح لآلة الزراعية لأول مرة في الزراعة أو استخدام الكيماوى أو المبيد الحشرى لأول مرة أيضا فإنه يحتاج الى من يرشده لهذا الاستخدام. وهذا الارشاد جزء هام من الظروف البيئية المحيطة بالممارس والتي يجب أن يأخذها الباحث بعين الاعتبار ويبين الشكل رقم ٨ أيضا وجود مرجع صدى «من «الممارس» (القروى) الى «الباحث» والذي يمر على «الرابط» لتوضيحه وترجمته الى ما يستطيع «الباحث» فهمه. ويتم ذلك من خلال المرحلتين ٦.٥ وقد أوضحنا أن رجوع الصدى قد يكون ايجابيا بتبنى القروى للميكنة الزراعية مثلا أو سلبيا (أذا رفضها).

### **مقومات أساسية يجب أخذها في الاعتبار في النظام:**

١- أن عمليات النظام الذى نقرحه ليحدث الاتصال من التنمية الريفية في مصر تبدأ بمعرفة الاحتياجات العامة الأساسية واحتياجات «الممارس».

٢ - لا بد من وجود «الرابط» حيث أنه وكما بينا محور هام يدور حوله النظام وبهم أن نوضح هنا بأتنا لا تتفق مع البعض الذين يرون أن «الباحث» الجيد هو سلعة ممتازة يسهل بيعها لأنه اذا لم يأخذ فى البحث معالجة المجتمع القروى المستهدف الذى سيقوم بتطبيق نتائج البحث فأتنا نكون كمن يعطى الجائع ماء بدلا من الطعام أو العكس.

٣ - يمحسن الا يعرض على «الممارس» الا المعلومات المبسطة والضرورية اللازمة لكن يطبق نتائج البحث دون «اتخامه» بالمعلومات المعقدة أو الكثيرة التى لا تجدى فى تطبيقه لبحث خاصة وأنه من المفترض فيه أن امكانياته العلمية والفنية محدودة.

## اساسيات في تطبيق نظام للبحوث

نعرض فيما يلي بعض الاساسيات التي تبين أهمية وجود نظام البحوث  
الاتصال عن التنمية الريفية في مصر في المستقبل:

### ١ - ضرورة الاستفادة من «نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها»:

ذلك أن نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها، الذي أشرنا إليه، يمكن  
أن يوفر المزايا التالية:

(أ) استخدام الطرق الحديثة في معرفة الحاجات الأساسية للممارسين بما  
يمكن أن يؤدي إلى تطبيقهم لنتائج البحوث تطبيقاً سليماً مع الاستفادة بخبرات  
علماء العلوم الاجتماعية في تحديد تلك الحاجات وترتيب أولوياتها .

(ب) لا بد من اقتناع المسئولين عن رسم سياسات الاتصال من أجل التنمية  
الريفية وواضحى خططه بأهمية الدور الذي يلعبه الرابط في عمليات النظام الذي -  
اقترعناه ومن أن وجوده - لتسهيل وتفسير وتجميع وتبسيط البيانات وغيرها من  
الأعمال التي قد تختلف فيما بين أعمال بسيطة وأعمال معقدة - فيما بين «الباحث»  
والممارس فربط أساسى لا مكان لأجراء بحوث الاتصال على أساس علمى سليم من  
ناحية، ولا مكان للاستفادة من نتائجها من ناحية أخرى. ومن ثم فالتنا نوصى  
بضرورة أن يراعى فى بحوث الاتصال فى مجالات تنظيم الأسرة والصحة الزراعية  
والتنمية الريفية بصفة عامة وجود الفئات الرئيسية الثلاث المذكورة ، من القائمين  
بالبحث وبالتطبيق، «الباحث» الرابط - «الممارس» وأهمية الربط بين أعمال هذه  
الفئات الثلاث. مع ضرورة اختيار «الرابط» بحيث يتمتع بدراية علمية واسعة وخبرة  
عملية فى حدود مؤهلاته بما يقربه علمياً من الباحث كما يجب أن يكون، لديه فى  
نفس الوقت، القدرة على تبسيط معلوماته إلى المستوى الذى يفهمه «الممارس».

(ج) لا بد أن يتوافر نظام سليم للمعلومات من ناحية تجميعها وتخزينها -  
وتحليلها وتبسيطها وتفسيرها ثم توزيعها سواء على «الباحث» أو على «الممارس» (كل

حسب متطلباته وامكانياته) كما يجب أن يتسم هذا النظام بالشمول بما يمكن من تسهيل أعمال المسئولين من وضع استراتيجيات الاتصال.

## ٢ - اشباع «حاجات» القرويين واشراكهم في البرامج:

يجب أن تؤدي بحوث الاتصال الى اشباع «حاجات» القرويين والحاجات العامة الاساسية المطلوبة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإنه لا بد من اشراك القرويين في اختيار تلك الحاجات وهو ما يتم على أساسه اعداد خطط بحوث الاتصال وبرامج استخدام نتائجها. كما أنه لا بد أن يقتنع هؤلاء القرويين بأن لهم دور ايجابي فعال في التغلب على مشكلاتهم القائمة وبأنه يجب عليهم القيام بهذا الدور<sup>(١)</sup>.

## ٣ - وضع سياسة وخطه قومية لبحوث الاتصال:

لا بد أن تسعى كافة الجهات المسئولة عن التنمية الى وضع سياسة قومية عامة، وخطط لتنفيذ تلك السياسة من بحوث الاتصال من التنمية الريفية في مصر، وبحيث تلخذ في اعتبارها الاستفادة الكاملة من الامكانيات المتاحة والخبرات القائمة بما يؤدي الى الاسراع بعملية التنمية وبالتغيير الاجتماعي. كما يجب أن تتجنب الخطط الموضوعية تكرار موضوعات وأهداف تلك البحوث وأن تتجنب أيضا الاسراف في استخدام الامكانيات المتاحة، مع ضرورة الاستعانة بالخبرات النادرة والكفاءات الفنية العالية.

## ٤ - الاستفادة من الابحاث كمرشد للسياسات:

وهنا فإنه يجب مراعاة الآتي:

(أ) لا بد أن يتم تصميم نتائج بحوث الاتصال من التنمية الريفية الى المستويات التي تضع السياسات القومية لبحوث الاتصال مع ضرورة استيفاء كافة

(1) See Gehan Rachty "The Role of Modern Communication Technology in Rural Development" unpublished research for the M.I.T./ Cairo University research project. 1978 p. 5.

- See Nas Cimento "Using Communication to Support Development: The Guyanan Experience" in I.L.C., Issues in Communication No. 1, London I.L.C., 1977 P. 18.

البيانات التي تتطلبها المستويات القومية العليا من نتائج البحوث وتوفيرها بما يمكن من أن تصبح تلك النتائج ذات فائدة وقيمة على أعلى وجميع المستويات كما يجب أن تتخلص عملية تصعيد نتائج البحوث من ضغط العمل اليومي إذ لابد أن يعهد بها إلى مسئولين متخصصين في البحث والحراسة بعيدا عن العملية التنفيذية.

(ب) يجب أن يتصل الباحثون في المؤسسات الاعلامية المختلفة (وفي كافة الجهات التي لها اختصاص في عملية التنمية الريفية في مصر سواء رسمية أو غير رسمية) ببعضهم البعض وأن تظل هذه الصلة قائمة بصفة دائمة مع تبادل الأفكار وتبادل ترجمة وتفسير البحوث التي أجريت في كل موقع .

(ج) لابد من اعداد نظام يتم بمقتضاه نشر كافة المعلومات عن بحوث الاتصال من التنمية بصفة عامة وعن التنمية الريفية بصفة خاصة، سواء من ناحية الموضوع أو المنهج أو الهدف أو النتائج.. وفي جميع أنحاء الجمهورية بحيث يستطيع كل من له صلة بعملية التنمية - هيئة أو فرد - أن يطلع عليها وأن يتدارسها. كما يمكن هنا، أيضا الاستعانة ببيانات البحوث التي قام بها الباحثون الأجانب والتي أجريت من التنمية الريفية في مصر.

(د) لابد أن تتضمن بحوث الاتصال المناقشات الموضوعية التي يمكن أن تتطلبها حاجة البحث ويقوم بها الباحث، سواء أكانت تلك المناقشات في مصنع أو في القرية، أو أي مكان مع أي مسئول أو أي فرد له رأى علمي من الجمهور، وبهذا فانا يمكن أن نوفر خلفية شاملة لبيانات - البحوث.

## ٥ - تعاون وتفاعل جميع الأجهزة المعنية

لا يجوز أن يقف الأمر على مجرد وجود صلة فيما بين الباحثين بعضهم البعض في المؤسسات الاعلامية إذ لابد أن تشترك كافة الوزارات وأجهزتها المختصة في الاستفادة من خبراتها وفي تبادل تلك الخبرات فيما بينها وإيجاد تعاون مشترك بناء بينها جميعا. فمثلا تستطيع وزارة الزراعة المساهمة مع وزارة



العمل في ايجاد خطة عمل مشتركة لتشغيل الفنيين في بحوث الاتصال والتنمية الريفية التي تجريها المؤسسة الاعلامية (التليفزيون مثلا) وبالتالي يمكن لكل جهة من تلك الجهات الثلاث أن تقدم للأخرى خبراتها وتعمد لها يد العون والمساعدة عن طريق امكانياتها المتاحة سواء اكان ذلك من ناحية الفنيين أو المواد الفنية (مطبوعات وخلافه..) أو الآلات المستحدثة.. ومن ثم يمكن رسم سياسات طويلة الأجل لبحوث الاتصال من التنمية الريفية في مصر بما يمكن معه من أن نصل الى اهدافنا في التنمية مثل زيادة الرقعة المزروعة وزيادة الانتاج الزراعي رأسيا وأفقيا وتحسينه وزيادة التعليم ومحو الامية وتنظيم الأسرة.. وذلك بالطبع باستخدام وسائل الاعلام، وهو ما يؤدي الى رفع مستوى معيشة القروي.

هذا وقد اثبتت التجارب الأخيرة أن استخدام وسائل الاعلام بكفاءة في برامج نشر وتطبيق الأفكار المستحدثة - كتنظيم الأسرة، واستخدام وسائل جديدة في الري واستخدام وسائل حديثة في العلاج واستخدام المخصبات في الزراعة بما يؤدي الى نجاح تلك الزراعة - من شأنه أن يؤدي الى نجاح تلك البرامج وتحقيقها لاهدافها<sup>(١)</sup>، وذلك فقط اذا تم تخطيطها تخطيطا مشتركا مع برامج التنمية التي تضعها الجهات الأخرى مثل وزارة الصحة والجهات التابعة لها ووزارة التعليم والجهات التابعة لها.

وبالقياس على هذا نجد انه اذا أعدت رسالة كل وسيلة اعلامية صحف واذاعة وتليفزيون وسينما ومسرح عن التنمية الريفية منفصلة، أي اذا لم تشترك المؤسسات الاعلامية المختلفة مع بعضها في وضع خطط موحدة لرسائلها الاعلامية فان ذلك من شأنه أن يؤدي لحيانا، الى تضارب وتعارض أهداف تلك الرسائل، والى

---

(1) M. Benaissa "The Media and Food Production" Inter Media, March 1975, pp. 5 - 6.

- سمير محمد حسن، مرجع سابق، ص ٢٢.

ايجاد التشويش والاختلال فيها من ناحية أخرى مما قد يترتب عليه عدم الثقة فيها ومن ثم عدم امكانية تصديق المتعرض لها. وقد أثبتت التجارب أن التخطيط المشترك من أجل التنمية، هنا، هو أكثر فاعلية، وأكثر تأثيراً، من مجرد وضع خطط وبرامج منفصلة وغير مشتركة.

## ٦ - الاستفادة من «رجع الصدى»:

يجب أن تركز الدراسات الميدانية لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية على وجه الخصوص على أكثر قدر ممكن من «رجع صدى الجمهور المستهدف سواء أكان ايجابيا أو سلبيا ومع ضرورة اختيار جامعي البيانات على أساس علمي سليم حتى يستطيعوا أن يقدروا واجباته على اكمل وجه وبأمانة وحياد مما ينعكس اثره على نتائج البحوث بما يؤدي الى ثقة الجمهور المستهدف.

ومن ثم فافتنا نجد أن بحوث الاتصال لا تساعد فقط في عملية التنمية وإنما تؤدي أيضا الى تقوية برامج التنمية وزيادة فاعليتها عن طريق تقييم «رجع الصدى» والاستفادة منه في تحقيق الأهداف المرجوة<sup>(١)</sup> على النحو الذي أشرنا اليه فيما تقدم.

## ٧ - استخدام الوسائل الفنية:

يجب أن تعتمد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر في راستها على استخدام الوسائل الفنية مثل استخدام طرق المراقبة والتجربة حتى نختبر مدى تفاعل القروي مع وسائل الاعلام.

---

(1) Edwin Parker and Afy Mohammadi "National Development Support Communication", in Majid Tehermlan et al (eds) op cit, p. 188.

## ٨ - استخدام وسائل الاتصال التقليدية والمتطورة:

يجب أن تعطى البحوث قدرا كبيرا من الأهمية إلى وسائل الاتصال التقليدية، والتي تم تطويرها، في الدراسات الميدانية عن التنمية الريفية في مصر. فممازالت بعض القرى تستخدم بين المجموعات الصغيرة من الأفراد مكبرات الصوت، والتي تطورت إلى ما يسمى بالتراديو الاسلكي (وكنى توكى) . وهي التي يستعملها في معظم الأحوال الصحفيون عندما يتصلون بمؤسساتهم الصحفية ورجال الشرطة والأمن. ذلك أن وسائل الاتصال هذه لها امكانيات قوية في الاتصال الاقناعي اذا قد يترتب عليها كثيرا وجود حالة من الاتصال وجها لوجه، وهو الذي يترتب عليه «رجع صدى» فوري. ومن ثم فإنه يجب أن تلخذ البحوث في الدراسات التي تقوم بها توافر تلك الوسائل وأثرها في تبني الأفكار المستحدثة خاصة وأن بعض وسائل الاتصال الجماهيرية قد لا تساعدنا على ذلك في بعض الأحيان.

## ٩ - ضرورة تغير اتجاهات البحوث واهتماماتها:

يجب اقتناع المتخصصون بأهمية بحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر وضرورة تفسير أهداف واتجاهات تلك الأبحاث وطبقا للأوريات. ذلك أن نظرية التنمية ذاتها قد تغيرت فقد كانت هذه النظرية ترى أن هناك اتجاه واحد للوصول إلى التنمية، من الحكومة إلى الجمهور، ويسمى التفسير المخطط وفيه يظهر الجمهور على أنه جمهور سلبي على الرغم من أنه قد يمتلك مقومات هامة مادية وفكرية يمكن للمخططين الاستفادة منها. ولذلك فقد تغيرت تلك النظرية بعد ما تبينت تلك المقومات المعنيين بالتنمية وعلمائها، وبعد ما زادت امكانيات الانسان المادية والفكرية في كافة دول العالم، وتبين أنه يستطيع المشاركة في عملية التنمية<sup>(١)</sup>. وهي مشاركة فعالة في

(1) - UNESCO "Interim Report on Communication Problems in Modern Society", Paris: International Commission for the Study of Communication Problems, September 1978, p. 58.

- Itihel De Sola Pool "Communication Needs for Rural Development" unpublished proposal for the M.I.T. / Cairo University research project, April 1978.

معظم الأحوال). ومن ثم فإنه يجب على القائمين على بحوث الاتصال من أجل التنمية الريفية في مصر مراعاة هذا التخيير خاصة وأن القروى المصرى أصبح الآن يملك الأرض التى يزرعها والثروة الحيوانية التى يقوم بتربيتها وتحسنت حالته المائية وأصبح متفتحاً على العالم الخارجى... كما يجب أن تركز تلك البحوث فى دراساتها على دور القروى فى التنمية الريفية وعلى أهمية هذا الدور.

# الباب الثاني

## الدراسة الميدانية



## تمهيد

يتناول هذا الجزء مرسماً شاملاً للموقع الذي أجرينا فيه دراستنا الميدانية وهو قرية قها بمحافظة القليوبية. ففي الفصل الثامن نعرض موقع القرية ومميزاته، وسكانها وخصائصهم وفتاتهم، والأنشطة الاقتصادية والزراعية والصناعية والتجارية السائدة فيه، والوحدات السكنية والتجمعات الصناعية والعادات والتقاليد والملابس، والخدمات التطعيمية والصحية والاجتماعية والثقافية، والنشاط البيئي والإداري بالقرية، وكذا مدى توافر وسائل الإعلام بها. كما نعرض المنهج الذي استخدمناه في عملية سحب عينة البحث، ونشرح المنطق الذي دعانا إلى اختيار أسلوبنا في جمع البيانات وتجهيزها وتحليلها، ونوضح الإجراءات الميدانية التي قمنا بها والبرنامج الزمني للعمل الميداني وتدريب الذين كلفناهم بجمع البيانات، كما نعرض كيفية تناولنا لصحيفة الاستبيان التي استخدمناها والمحكات التي اختبرنا بها ثباتها وصحتها، وفي خاتمة هذا الفصل نعرض بعض الخصائص الديموجرافية لعينة البحث.

كما يعرض هذا الباب بيانات البحث الميداني الذي أجريناه في قرية قها ويتناولها بالدراسة والتحليل والتقييم بفرض التحقق من دور وسائل الإعلام في عملية التنمية.

ففي الفصل التاسع نطل السلوك الإعلامي لأفراد عينة البحث، والنور الذي قد تلعبه وسائل الإعلام في حياتهم. حيث نعرض البرامج الإعلامية التي يتعرضون لها والتي يفضلونها وأسباب هذه الأفضليات. وفي الحقيقة فإننا نعتبر هذا الفصل بمثابة العمود الفقري للبحث كله.

وحيث أننا أشرنا من قبل إلى إمكانية وجود دور لوسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية تسهم من خلاله في المجالات الثلاثة الرئيسية - الإعلام، واتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحقة، والتعليم - الضرورية لعملية التنمية القومية، فإننا في الفصل العاشر نطل الوظيفة الأولى لوسائل الإعلام، كرادار لاجتماعي،

في خدمة التنمية الاجتماعية. ونحاول تقييم دور وسائل الإعلام في توسيع آفاق الفرد وذلك على جميع المستويات من المستوى المحلي إلى المستوى القومي، وفي تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفي زيادة شعور الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وفي الفصل الحادي عشر نحاول تقييم دور وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات الراسخة وتبني الابتكارات والأفكار الجديدة كلحد متطلبات التنمية القومية. وهي الوظيفة الثانية لوسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية. وقد اخترنا حملة تنظيم الأسرة ميداناً لتقييم هذه الوظيفة.

والفصل الثاني عشر يتناول بالتحليل فاعلية وسائل الإعلام في عملية التعليم. وهي الوظيفة الثالثة لها (الوسائل الإعلام) في خدمة التنمية. وقد أخذنا حملة محو الأمية نموذجاً لتطبيق هذه الوظيفة.

هذا وقد رأينا أن ينتهي كل فصل من الفصول الأربعة السابقة بعرض وتحليل النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية.



## الفصل الثامن

### معلومات عن قها والمنهج

بعد أن استقر رأينا على الجانب النظرى للدراسة بهذا الكتاب، بدأنا التفكير فى الجانب الميدانى الذى رأينا أن يكون فى إحدى القرى المصرية. وكان لابد أن تتميز القرية بقربها من القاهرة حتى يسهل الوصول إليها، وحرصنا على أن تغطى تلك القرية بقدر من الخدمات والأنشطة الاقتصادية الزراعية والصناعية والتجارية والثقافية وتتميز بوجود المؤسسات الجديدة التى أنشأتها الحكومة، حتى يمكن أن نتبين مدى التغيير الاجتماعى الذى حدث. ومن الضرورى أن تضم تلك القرية بين سكانها الفلاحين والعمال والموظفين وغيرهم من الحرفيين والمهنيين، وبالإضافة إلى ذلك فإننا رغبنا أن تمثل إلى حد كبير القرية المصرية بصفة عامة من ناحية تركيبها السكانى وخصائص أهلها وماداتهم وتقاليدهم وظروف حياتهم، وأن تتوفر فيها وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما.

#### الملاحظة الذاتية :

وقد وقع اختيارنا المبين على قرية قها ميداناً لبحثنا لتوفر هذه العناصر التى أشرنا إليها، ولأنها تتميز عن كثير من القرى الأخرى ذات الطابع الزراعى البحت، ذلك أنها تستخدم التكنولوجيا الحديثة فى كثير من مجالاتها مما يمكن أن نسميها مدينة زراعية.

وحتى نختبر مدى مواصلة نشاط القرية مع مرارتنا قمنا ببعض الزيارات الأولية استغرقت أسبوعاً زرينا فيه التجمعات السكنية والصانع والمدارس والمصالح الحكومية والأسواق وأماكن الحرفيين حيث تحققنا من أن قها قرية نموذجاً للراستيا.

## مصادر المعلومات :

بعد ذلك استقر اختيارنا لقرية قها بدأنا بتجميع المعلومات عنها ، وكانت مصادرنا في ذلك بيانات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ولجنة الاتحاد الاشتراكي، والجمعية الزراعية وبيت الثقافة التابع للثقافة الجماهيرية، ونقطة الشرطة، والمستولون عن المصانع والشركات والمصالح الحكومية، بالإضافة إلى عدد ممن يعبرون من قناة الرأى ونوى النفوذ والقوة بالقرية.

وتجمعت لدينا حصيلة كافية من المعلومات عن الموقع الجغرافى لقها وعن سكانها وبنائها الإدارى وبنائها الاقتصادى والاجتماعى والثقافى والسياسى، وكذلك معلومات عن وسائل الإعلام كالراديو والتليفزيون والصحافة والسينما بها، ثم راجعنا هذه المعلومات على البيانات التى حصلنا عليها من المصادر التى أشرنا إليها من قبل.

## التعرف على قرية قها

تعرض هنا إلى الموقع الجغرافى للقرية وعدد سكانها ومساحتها ونسبة الأمية بها وعاداتها وتقاليدها والنشاط الزراعى بها، (وجميع المعلومات والبيانات فيما بعد هي من فترة الدراسة وابست حالية) .

## الموقع الجغرافى:

تقع قرية قها في منتصف المسافة بين القاهرة وبينها، أى تبعد عن القاهرة حوالى ٢٥ كيلو متراً ويحدها من الشمال قرى الحسانية والفؤادية وترسة وقرقشنة ومن الجنوب قرية سنديون ومدينة بنها ومن الشرق قرى سنهرة وخلوة سنهرة وتامول وطلتان ومن الغرب قرية سنجيل والبرادعة. وتتميز قها بسهولة الوصول إليها لأنها على خط السكة الحديدية بين القاهرة والوجه البحرى، وعلى الطريق الزراعى السريع بين القاهرة والإسكندرية. ويقف القطار بمحطة قها، في الاتجاهين ١٢ مرة كل ٢٤ ساعة. كما يوجد بقها طريق لنقل البضائع بالسكة الحديد وتخزين القطارات. ويتوقف عندها أتوبيس كل ١٥ دقيقة وتمر بها سيارات الأجرة بصفة منتظمة ليلاً ونهاراً.

## السكان :

بلغ عدد سكان قها طبقاً لتعداد ١٩٤٧ - ٦١.٧ نسمة زائداً في حوالى ٢٩ عاماً إلى ١٤٣٧٣ نسمة (طبقاً لتعداد سنة ١٩٧٦) أى بما يقل ٢٢.٥٪. وقد كان عدد الإناث أكبر قليلاً من عدد الرجال ثم انعكس الوضع ابتداءً من عام ١٩٦٠ حتى أصبح عدد الذكور يزيد على عدد الإناث في عام ١٩٧٦ بمقدار ١١٪ مما قد يدل على أن معدل مواليد الذكور أكبر من الإناث. ويوضح الجدول التالى هذه البيانات<sup>(١)</sup>.

السنة النوع	١٩٤٧	٦٠	٦٦	١٩٧٦
ذكور	٢.١٠	٤.٦٦	٥.٤١	٧.٥٦
إناث	٣.٩٧	٤.٤٩	٤.٦٦	٦.٨١
إجمالى	٦١.٧	٩١.٨٦	١٠.٥٨٠	١٤٣٧٣

وتبلغ المساحة السكنية للقرية ٢٦٥ فدان تقريباً، تضم بالإضافة إلى مباني الإدارات الحكومية، تسعمائة منزل مكون من شقتين فأكثر، وحوالى أربعمائة منزل من منازل الفلاحين التقليدية الصغيرة.

هذا ولم تلحظ خلال المدة التى قضيناها فى الدراسة بالقرية وجود عادات أو تقاليد مميزة من القرى الأخرى ولكنها تتشابه مع معظم القرى المصرية فى الاهتمام الزائد بالاحتفال بالمناسبات الدينية، مثل المولد النبوى الشريف ومولد أولياء الله الصالحين ممن توجد أضرحتهم بالقرية تتضمن هذه الاحتفالات تلاوة القرآن الكريم، وإقامة حلقات الذكر، والإنشاد الدينى، كما تزدهر تجارة الحلوى فى هذه الفترات، وما

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء - النتائج النهائية لتعداد السكان بالعينة فى أعوام ١٩٤٧، ١٩٦٠، ١٩٦٦، ١٩٧٦.

زال الطابع الريفي متغلّباً على أهالي قها إذ يخطط الترحيب الزائد ومظاهر الكرم  
بالعذر التقليدي من الغرياء.

والأسر الريفية التي تعمل بالزراعة لا تهتم بالوقت على عكس أسر العمال  
لارتباط عملهم بورديات ومواعيد محددة.

أما عن الملابس، فيرتدى الفلاحون وبعض النساء الملابس المعتدلة في  
الريف، ويرتدى الموظفون والعمال وبعض النساء الأخريات ملابس أهل الحضر.

والجدير بالذكر أن قرية قها من أقدم القرى التي دخلتها الكهرباء وأقيم بها  
مصنع للأغذية المحفوظة. كما أنها تتمتع بمستوى خدمات معقول نسبياً فيما يتعلق  
بالمياه والمجاري والمرافق الصحية والطرق.

### **الخدمات والأنشطة**

نعرض فيما يلي بعض الخدمات والأنشطة التي تقوم بها الدولة من خلال  
مؤسساتها الخدمية.

#### **الخدمات التعليمية :**

تبين من الإحصائيات عن التطعيم أن حوالي ٥٠ / من سكان قها يمكنهم  
القراءة والكتابة ومتعلمون: ٣٧.٤٪ يقرأ ويكتب، وحوالي ١٠.٩ / حاصلون على  
مؤهلات أقل من عليا، والباقي حاصلون على مؤهلات عليا. أما النصف الآخر من  
السكان فإنهم أميون. وتتضح تلك البيانات من الجدول التالي.

نوع	أمي %	يقرا ويكتب %	مؤهلات أقل من عليا %	مؤهلات عليا %	الجملة %					
نكر	١٩٦٢	٣٣ ٤	٢٨٩٧	١٩ ٢	٨٨٥	١٥ ١	١٢٧	٢ ٢	٥٨٦٦	١٠٠
أنثى	٣٥٩٧	٦٩ ٧	١٢٤٠	٢٤	٣١٤	٦ ١	١٣	٠,٢	٥١٦٤	١٠٠
الجملة	٥٥٥٩	٥٠ ٤	٤١٣٧	٣٧,٤	١١٩٩	١٠ ٩	١٤٠	١ ٣	١١٠٣٠	١٠٠

هذا ويوجد في قها مدارس إبتدائية تضم ثمانية وسبعين فصلا بها ٢٢٥٨ تلميذاً وتلميذة ويرجع إنشاء أول مدرسة في قها إلى سنة ١٩٠٠. ومنذ ذلك الحين أنشئت بها مدارس أخرى، هي مدرسة قها في سنة ١٩٥٢ ومدرسة الوحدة المجمعة في سنة ١٩٥٦ ومدرسة قها الجديدة في سنة ١٩٧١. علاوة على ذلك فإن في قها مدرسة إعدادية تضم ٧٦٥ تلميذاً وتلميذة، كما يوجد في المدرسة الإعدادية أيضاً عدداً من الفصول الثانوية التي أنشئت بالجهود الذاتية في سنة ١٩٧٢ تضم ٢٠٢ تلميذ وتلميذة.

### الخدمات الصحية:

يوجد داخل نطاق قرية قها مستشفى ملحقة بالوحدة الصحية التي أنشئت ١٩٥٤ وتضم المستشفى ٢٠ سرير وغرفتين العمليات الجراحية البسيطة. وبها عيادة أسنان. كما أن هناك ثلاث عيادات طبية خاصة وصيدلية مفتوحة حتى الساعة العاشرة مساءً.

## الخدمات البيطرية:

أنشئت الوحدة البيطرية سنة ١٩٥٦ ضمن مشروع رعاية الحيوان، وهي تقوم بعدة خدمات من أهمها مقاومة حمى التيج ومعالجة العقم وتحسين الحيوانات ضد الأمراض المختلفة، ولا توجد بالوحدة غرفة لإجراء الجراحة على الحيوانات ولكنها تتم في العراء.

## الخدمات الاجتماعية :

يوجد قرية فيها وحدة للشئون الاجتماعية، ملحقة بالوحدة المجمع، تقدم كثيراً من الخدمات الاجتماعية للمنطقة، وقد أنشئت هذه الوحدة في سنة ١٩٥٤، ويوجد بها دار للحضانة تضم ٢٩ طفلاً، ومركز لتنظيم الأسرة، ومركز للتدريب المهني، وهناك أيضاً مشروع للأمر المتجة وتقيم الوحدة مساعدات مالية لأسر المقاتلين كما تقوم بصرف المعاشات الشهرية وتوزيع الأقمشة ومواد التموين.

## الخدمات الثقافية :

أنشأت الثقافة الجماهيرية في سنة ١٩٧٠ بيتاً للثقافة في القرية، يقدم كل أنشطة الثقافة الجماهيرية مثل العروض المسرحية والسينمائية والندوات والمحاضرات ومعارض الفنون التشكيلية وفصول محو الأمية إلى جانب المكتبة، كما أن هناك دار لعرض السينمائي ١٦ مم يديرها بيت الثقافة وعلاوة على ذلك فإن قوافل الثقافة تمر بقها مر كل شهر وتقيم بعضاً من الخدمات الثقافية المذكورة.

## الخدمات الزراعية:

يوجد في قرية فيها عدة وحدات تقدم الخدمات الزراعية وهي الجمعية التعاونية الزراعية لقها شرق التي أنشئت في سنة ١٩٥٢، والجمعية التعاونية الزراعية لقها غرب والتي أنشئت في تلك السنة أيضاً. وشونة بنك التسليف وقد أنشئت منذ فترة طويلة ووحدة مكافحة الآفات الزراعية، ومنحل مقام في الوحدة المجمع وجمعية الائتمان التي افتتحت عام ١٩٥٤ وجمعية الإصلاح التي افتتحت

عام ١٩٦٦ . كما تعمل في مجالات المبيدات الحشرية والمخصبات ومحسنات التربة  
شركتان للأبحاث هما شركة سيبا وباير .

### **الخدمات التموينية :**

توجد في قرية قها عدداً من الخدمات التموينية منها نقطة لنبيع المواشى  
ومجمع إستهلاكى افتتح عام ١٩٧٠ ويخدم ثمان قرى .

### **خدمات المرافق والأمن :**

وتتضمن هذه الخدمات للجالات التالية :

**الاسكان :** تم إنشاء عمارتين للإسكان للتوسط غرب القرية بهما أربعين  
شقة تم إسكانها ، وجارى الانتهاء من بناء عمارة سكنية ثالثة . وقد قام مجلس القرية  
بعمل مشروع لتقسيم الأراضى وبيعها بأسعار زهيدة مما كان له أكبر الأثر فى  
تنشيط عمليات البناء والتشييد .

**الكهرباء والماء :** وفى القرية محطة كهرباء (قها) أنشئت فى سنة ١٩٢٤  
وكانت هذه المحطة تمد التيار الكهربائى إلى مدن طوخ وشبين القناطر والقناطر  
الخيرية قبل حصولها على التيار الكهربائى من شبكة الضغط العالى . وهذه المحطة  
تعمل فى حالة انقطاع التيار الوارد من المحولات ، كما يوجد بقرية قها محطة  
محولات تعتمد التيار الكهربائى من شبكة الضغط العالى لكهرباء السد العالى  
وتوصله إلى شبكة القرية . كذلك يوجد بالقرية محطة مياه الشرب النقية . ويبلغ عدد  
المشاركين فى الكهرباء حوالى ٢٤٠٠ مشتركه كما أن حوالى ٩٠٪ من المنازل موصل  
بها مياه .

**الأمن :** لا يوجد بالقرية نظام للمحورية ، وإنما بها نقطة شرطة منذ سنة  
١٩٢٤ . كما أنشئ مكتب للسجل المدنى فى سنة ١٩٧٢ . ويرأس النقطة ضابط برتبة  
رائد .

**رعاية الشباب :** وفي القرية نادي للشباب أنشئ عام ١٩٥٩. وقد بلغت حجم العضوية فيه في عام ١٩٧٨ (٤٧٨) عضو. وتمارس فيه معظم الألعاب الشعبية المصرية. وقد فاز النادي ببطولة الاتحاد العام للأندية الريفية لخمس سنوات.

### **النشاط الديني :**

يوجد بالقرية ست مساجد، منها مسجدان حكوميان وأربع مساجد بالجهود الذاتية. وفي عام ١٩٦٨ أنشئت جمعية لتحفيظ القرآن الكريم. كما توجد بالقرية كنيسة الشهيد مارجرجس، وهي كنيسة أثرية كبيرة.

### **النشاط الاقتصادي في القرية**

تضم قرية قها عدداً من الأنشطة الاقتصادية الصناعية والزراعية والتجارية بعضها تقوم به الدولة وبعضها يقوم به الأهالي وذلك على النحو التالي:

### **النشاط الصناعي :**

**الصناعات الغذائية :** وتقوم بها شركة قها للصناعات الغذائية وهي تضم مصانع قها وأبو كبير والتحرير والطايبية. كما تضم مصانع تعليب البلع في القرين ورشيد والبرشين.

وقد أنشئ مصنع قها في سنة ١٩٤٠ على أرض مساحتها فدانين برأس مال قدره ثلاثمائة ألف جنيه، وحمل حالياً إلى أكثر من مليونين ونصف مليون جنيه. وبلغ عدد العمال المستديمين. بالمصنع حتى عام ١٩٧٦ حوالي ٥٢٠ منهم ٢٨٠ عاملاً، ١٤٠ عاملة. ويقوم المصنع بتشغيل عدداً من العمال الموسمين يتراوح بين مائة ومائتين أو أكثر حسب حاجة العمل.

### **ويقدم المصنع للعمال الخدمات التالية:**

١ - نظام العلاج الطبي من خلال قسم الرعاية الصحية الذي يضم أطباء معينين بالشركة، إلى جانب عدداً من الاختصاصيين في مختلف الفروع (متماقدين مع



الشركة). والخدمة الطبية تكلف الشركة أكثر من ٢٠٠٠ جنيه شهرياً وتقدم للعاملين مجاناً.

٢- يوجد بالمصنع نادى رياضى، واجنة تقانية، واجنة رياضية يقوم المصنع من خلالها بتنظيم رحلات العمال إلى المصايف نظير اشتراكات رمزية.

٣- قام المصنع بتنظيم دورات لحو الأمية للعاملين ابتداء من سنة ١٩٦٧ وهى لازالت مستمرة حتى الآن.

ومن الجدير بالذكر أن الشركة تبنى مصنعا جديداً حربي لها على مساحة قدرها عشرون فدانا من المنتظر أن يستخدم حوالي ألف عامل.

المصانع الكيماوية المصرية والعنبرية وتقدم بها شركة لها الصناعات العربية. وقد بدأ العمل في هذا المصنع في عام ١٩٥٨ حيث كان جزءا من مصنع (٢٧) العربي بطنجا، ثم استقل وأصبح شركة قائمة بذاتها، وهى مقامة على أرض مساحتها حوالي ثلاثين فدانا تضم وحدات سكنية تقطنها أكثر من ٤٢ أسرة، ونادى للعاملين، وجمعية استهلاكية ونادى للأطفال أنشئت الثقافة الجماهيرية والمرافق مستكملة في هذه الوحدات السكنية. ويزيد عدد العاملين بالمصنع على ١٢٠٠ منهم ١٠٠ عاملة. وعدد ساعات العمل الأسبوعية ٤٥ ساعة موزعة على خمس أيام، ويوما الخميس والجمعة أجازة أسبوعية وفى حالة الضرورة تعمل ورديات إضافية ويستمر العمل عادة يوم الخميس بطنجا إضافيا.

ويقدم للمصنع العمال الخدمات التالية:

١ - المواصلات المجانية بطنجويحات الشركة من المصنع إلى تجمعات السكن نهابا وإريابا.

٢ - وجبة غذاء يومية مجانية تكلف الشركة أكثر من ١٢٠ مليما للفرد تقريبا.

٣ -  $\frac{1}{4}$  كيلو لبن يومى تصرف مجاناً لكل عامل ييمض فروع المصنع لوقايتهم من الأمراض التى قد تنشأ كنتيجة نوعية العمل فى هذه الفروع.

## ٤ - العلاج الطبي المجاني.

٥ - مصاريف ورحلات بالمشراكات ومزية العمال وأسروهم.

## ٦ - فصل البحر الأمية.

انتاج الدواجن : يوجد بالقرية ثلاث محطات لتربية الدواجن وإنتاج البيض، المحطة الأولى هي محطة دواجن رقم ١ قها وأقيمت في سنة ١٩٥٦ وتضم أكثر من ٢٠٠ عامل وموظف أما المحطة الثانية فهي محطة دواجن ٢ قها وأقيمت في سنة ١٩٧٢ وتضم ما يزيد على ٢٠٠ عامل وموظف، والمحطة الثالثة هي محطة دواجن ٣ قها وأقيمت في سنة ١٩٧٢ أيضا وتضم كذلك أكثر من ٢٠٠ عامل وموظف.

والمحطات الثلاث تدون أهالي قرية قها ومحافظة القليوبية بالبيض والدجاج والامهات.

صناعة التريكو : تنتشر صناعة التريكو في قها إذ يوجد بها حوالي ١٥٠ مصنع تضم ما يزيد على ٧٢٠ ماكينة يعمل عليها أكثر من ٥٠٠ عامل وماملة، وتصدر قها نسبة كبيرة من إنتاجها إلى البلاد الأخرى.

## النشاط الزراعي :

تبلغ مساحة الأرض المزروعة في قها حوالي ٢٠٩٥ فدان، وهي مقسمة إلى حيازات، معظمها صغيرة، يمتلكها حوالي ١٠٤٠ فرد. وتوضح البيانات الإحصائية من قها أن حوالي ٧٢٪ من مجموع الملاك حائزون على أقل من فدان بما هو مجموعة ٥٨٨ فدان، وأن حوالي ٢١٪ حائزون على فدان أو أقل من ثلاث أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٨٦٠ فدان، وأن حوالي ٢٪ حائزون بين ثلاثة وخمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ١٢٩، وأن ٤٪ حائزون لأكثر من خمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٥١٨ فدان.

هذا ويعمل في الزراعة - إلى جانب ملاك الأرض - الأجراء الزراعيون ويصل عددهم إلى حوالي ١٠٠ أجير زراعي وأكثر أحيانا وتستخدم في الزراعة أدوات ميكانيكية مثل المحراث واللات الرش. ويعتبر القمح والقطن والخضروات

الشتوية أهم المحاصيل الزراعية حيث تبلغ المساحات المزروعة من كل منها ٧٨٠. ٥٧٠ هكتار على التوالي.

### **النشاط التجاري:**

وأوجود النشاط الصناعي بالتوزيع وبالأحجام المنخفضة إليها أثر كبير في اتساع النشاط التجاري في قها، حيث تمارس فيها مختلف الحرف والمهن التجارية مثل أعمال البقالة وتجارة الحبوب والجزارة، فضلا عن وجود نشاط ملحوظ للحرفيين كالحاملين في السباكة والنجارة، وتفصيل الثياب وغيرها من الحرف. مع ملاحظة قلة عدد المطاعم في قها، هذا ويخدم النشاط التجاري في قها عشر سيارات نقل كبيرة، ١٢ سيارة أجرة يمتلكها الأهالي.

### **النساء السياسى**

#### **الجلس المحلي:**

يوجد في قها مجلس محلي يخدم قها وحدها، ويشكل المجلس من ١٦ عضو جميعهم من المتعلمين ومن المستقلين في مجالات متعددة كالهندسة والتجارة والزراعة.

#### **لجنة الحزب الوطني:**

تعتبر لجنة الحزب الوطني الديمقراطي هي اللجنة الحزبية الوحيدة في قها إذ لا توجد أى أجان حزبية أخرى، مما يمكن أن نستنتج معه أن الميول السياسية لأهل قها ميول واحدة وأن تأييدهم السيد رئيس الجمهورية ورئيس الحزب والحزب الحاكم تأييد مطلق.

### **وسائل الاتصال**

#### **وسائل الاعلام**

#### **الصحف :**

يورد يوميا إلى قها ٢٠٠ نسخة من جريدة الأخبار، ١٠٠ نسخة من جريدة الأهرام، ٥٠ نسخة من جريدة الجمهورية وعدا من المجلات السياسية والاجتماعية

والدينية والرياضية الأسبوعية والشهرية. وتتولى صيدلة عملية بيع الصحف، ويبلغ متوسط نسبة التوزيع حوالي ١٠٠٪ أخبار، ٧٠٪ أهرام، ٥٠٪ جمهورية.

### الراديو :

يمكن القول أن معظم الأسر في قها - إن لم يكن جميعها - تمتلك أجهزة راديو، ويميل سكان قها، أحياناً، إلى الاستماع الجماعي للراديو، ولوسائل الاتصال الأخرى في المقاهي وفي أماكن التسلية.

وقد تبين من الملاحظة وما أفاد به الاخباريون وغيرهم، أن معظم سكان قها يستمعون إلى الراديو بدرجات متفاوتة.

### التلفزيون :

نظراً لارتفاع تكلفة اقتناء التلفزيون - نتيجة لارتفاع ثمنه وزيادة استهلاك الكهرباء - بالإضافة إلى وجود نسبة عالية من الأفراد من ذوي الدخل المحدود، فإنه يلاحظ الانخفاض النسبي للملكية التلفزيون بالمقارنة للملكية الراديو، وهو ما أفادني به الاخباريون أيضاً. غير أن هذه الخاصية لا تؤثر كثيراً على مدى تعرض سكان قها للتلفزيون، فهم يشاهدونه بين أصدقائهم وجيرانهم وفي المقاهي، ويتعرضون له بدرجات متفاوتة تبعاً لعوامل مختلفة.

### السينما :

أنشأ القطاع الخاص أول دار للسينما في قها في عام ١٩٥٢ ثم أنشأت الدولة - من طريق مؤسسة السينما - داراً في عام ١٩٦٢ استمرت في العمل إلى وقتنا الحالي وتشرف عليها الثقافة الجماهيرية. وتتسع الدار لأكثر من ٢٠٠ شخص ويتردد عليها يومياً حوالي ٧٠ شخص معظمهم من أهالي قها، ويفضل الأهالي مشاهدة أفلام المغامرات والأفلام الإجتماعية.

## وسائل اتصال أخرى

### الميكروفون:

يستخدم الميكروفون، عادة، بواسطة المؤسسات الخدمية الموجودة في قها، مثل المساجد والمدارس، وذلك لإبلاغ الأهالي بالأخبار الهامة مثل مواعيد توزيع الكيمائى والعلف أو المواد التموينية.

وهذه الميكروفونات مصنوعة من عدة سنوات بأسلوب قديم وليست ميكروفونات حديثة الصنع.

### أجهزة التسجيل:

تبين من بعض الدراسات التى أجريت على قها أن هناك أكثر من ٢٠٠٠ شخص يمتلكون أجهزة تسجيل، ومعظم هؤلاء من نوى النخل المرتفع.

### أدوات اتصال فلكورية:

يوجد في قها ١٩ منشئ وشاعر على ريادة منهم ٦ من أهل قها والباقي من خارجها، وعادة فإن هؤلاء المنشئون والشعراء يشتركون في إحياء الموالد والأفراح.

### الأدوات السلكية واللاسلكية

تعتبر هذه الوسائل أدوات اتصال مباشر لها رجع صدى، أو لها رجع موجه ولكنه لا يترتب على استخدامها أن يتم اتصال وجهها لوجه نظرا لأنها تعترض الطريق بين المرسل والمستقبل.

### أدوات اتصال ذات رجع صدى:

التليفون : يوجد في قها مكتب رئيسى وأحد التليفون وهو مكتب حكومى، وقد تم توصيل خطوط فرعية من هذا التليفون إلى المؤسسات الخدمية الحكومية وإلى الأهالى (٣٢ خط، ٥٦ خط على التوالي). وهذه التليفونات تعمل بنظام التحويل الفرعية (السويتش). معنى ذلك أن أى اتصال من التليفونات الفرعية إلى داخل قها،

أو إلى خارجها، لا بد أن يتم أولاً من التليفون الرئيسى ومنه إلى التليفون المطلوب، وهو ما يقتل بالطبع من سرعة الاتصال ويضعف من فاعلية هذه الوسيلة.

### أدوات اتصال لها رد مؤجل نسبياً:

**التلغراف:** يعمل التلغراف فى قها مع التليفون بنظام مشترك واحد ومن خلال نفس مكتب التليفون الحكومى. ومعنى ذلك أنه إذا تعطل التليفون تعطل معه التلغراف.

**مكتب البريد:** يوجد فى قها مكتب واحد للبريد يعمل منذ حوالى ٤٠ سنة، ويقوم المكتب ببيع الطابع والبعفات وتصدير الخطابات العادية والمسجلة والطرد واستلامها وتوزيعها. كما يوجد فى قها ٤ صناديق للبريد.

هذا ومن المعلوم أنه من ناحية سرعة رجع الصدى فإن التليفون يأتى فى المرتبة الأولى يليه التلغراف ثم البريد.

### وسائل الانتقال المادى

تتبعها مختلف وسائل الانتقال المادى المتعارف عليها مثل القطارات والسيارات، العامة والخاصة والأجرة، والدراجات البخارية والعادية والعربات التى تجرها نواب (الكارو) ونواب الركوب. كما أن معظم تلك الوسائل تستخدم داخل قها.

هذا ويمتلك بعض الأهالى فى قها السيارات الخاصة والدراجات البخارية والعادية ويستخدمونها فى قضاء أعمالهم ومصالحهم. كما أن معظم الأهالى يمتلكون نواب الركوب ونسبة منهم تمتلك إلى جانب نواب الركوب عربات «الكارو» لنقل البضائع والعلف وخلافه.

### تحويل قرية قها إلى مدينة

نظراً لازدياد عدد السكان فى قرية قها، وتوفر معظم المرافق والخدمات بها، ووجود المصانع ذات التجمعات العمالية الكبيرة والإنتاج الضخم (نسبياً)، فإنه لم تعد إمكانيات المجلس القروى قادرة على مواجهة الخدمات والأنشطة المتزايدة فى

قها مما رأى معه أن يتم تغيير تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة وصدر لذلك القرار الجمهورى رقم ١٩٥ لسنة ١٩٧٥، (ملحق رقم ١ وملحق رقم ٢).

ويتضح من كل ما تقدم مدى ما تتميز به قها عن غيرها من القرى، فى النشاط الاقتصادى المتمثل فى الزراعة والصناعة وهو ما أدى إلى ازدهار نسبي للنشاط التجارى، بما يضمه من منتجات وأماكن للحرفيين، كما تميزت قها بما تقدمه لواطنيها، من فلاحين وعمال تضمهم التجمعات الصناعية، من خدمات، تعليمية وصحية واجتماعية، ومن نشاط ثقافى تقدمه الثقافة الجماهيرية من عروض مسرحية وسينمائية وندوات ومحاضرات. كما تميزت قها أيضاً بارتفاع تعدادها السكانى كبير، نسبياً، مما حدا بالحكومة، ضمن أسباب أخرى، إلى أن تحول تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة.

ومن كل ما سبق ونظراً لتوفر وسائل الاعلام (إلى درجة معينة) لسكان قرية قها، يمكن القول أن هذه القرية هى خير نموذج يمكن أن نجرى فيه بحثاً ميدانى ذلك أنها تعتبر مدينة زراعية تنقسم بمساحات كثيرة من مساحات المدن الكبيرة.





## منهج الدراسة الميدانية

أصبحت كلمة الميثودولوجيا (علم المنهج)، منذ أوائل الخمسينات، مفتاح لغة العلوم الاجتماعية<sup>(١)</sup>. ويعرف كابلان Kaplan الميثودولوجيا بأنها دراسة المناهج ووصفها واستكشافها وتبويبها ولكنها ليست هي المناهج نفسها<sup>(٢)</sup>. وذلك يعنى أن الميثودولوجيا تهدف إلى وصف وتحليل المناهج والإشارة إلى حدودها وإلقاء الضوء على إمكانياتها.

ويرى هولت Holt وتيرنر Turner أن ميثودولوجيا أى علم تتضمن وجهتي القواعد التى يستخدمها فى التفسيرات، والمعايير التى يستخدمها فى الشرح المقبول<sup>(٣)</sup>، وبناء على هذين المكونين، يمكن أن نستمد بعض الجوانب مثل تصميمات البحوث وأساليب جمع البيانات وتجهيزها.

ولا يختلف هذان التعريفان، للميثودولوجيا كثيراً، إذ أن أحدهما يركز على جانبى الوصف والشرح للمنهج، ويصور الآخر وسيلة وصفه وشرحه، ويتفق هذا التفسير وأغراض دراستنا فى هذا الكتاب.

وسنتعرض فى هذا الفصل إلى وصف المنهج الذى استخدمناه فى عملية سحب عينة الدراسة الميدانية، كما سنصف بعض الخصائص الديموجرافية الهامة للسكان الذين إختارنا منهم العينة. أما شرح المنطق الذى دعانا إلى اختيار أسلوب جمع البيانات، وهو أسلوب المقابلة الشخصية (الاستجواب)، فسوف نذكره عندما نتعرض إلى البرنامج الزمنى للمقابلات وتدريب جامعى البيانات والإجراءات

---

(1) Robert Holt and John Turner, The Methodology of Comparative Research, New York: The Free Press, 1970.

(2) Abraham Kaplan, The Conduct of Inquiry : Methodology for Behavioral Sciences, San Francisco, California: Chandler Publishing Co., 1964.

(3) Holt and Turner, 1970, op. cit., Ch. Ipp. 1-20.

الميدانية. ثم يتبع ذلك عرض سريع للتصميم الأولى لصحيفة الاستبيان التي تصور المجموعات المختلفة للأسئلة وتشرح دلالة كل مجموعة .

### عملية سحب العينة

طالما كان غرض دراسة عينة ما هو الوصول إلى بيانات معينة يمكن اتخاذها كأساس للوصول إلى استنتاجات عامة، فإن القرار الخاص بحجم العينة وإطارها يجب أن يتخذه الباحث طبقاً للغرض الذي حده لدراسته. ذلك أنه توجد مناهج كثيرة لسحب العينة، كما توجد أنواع عديدة من العينات <sup>(١)</sup>.

وقد استخدمنا العينة العشوائية في دراستنا هنا، وذلك بالرغم من أن استخدام هذه الطريقة لا يؤدي بالضرورة إلى أن يكون لجميع الناس فرص متساوية لكي يدخلوا ضمن العينة. فالعينة العشوائية يمكن أن تعني أن كل عضو في المجتمع له فرصة متساوية للأخذ لأن يكون ضمن العينة أو أن يكون معلوما ما هي فرصة العضو ليكون ضمن العينة <sup>(٢)</sup>.

ومع ذلك، وبالرغم من العذر في إجراءات سحب العينة العشوائية إلا أنه مع ذلك فمن الصعب ضمان عشوائيتها. وكما يقول كيرلنجر Kerlinger كيف نتأكد من أن العينة العشوائية ممثلة للمجتمع؟ إن الإجابة دائماً إننا لا نستطيع أن نتأكد من ذلك أبداً <sup>(٣)</sup>.

---

(1) - A.N. Oppenheim, Questionnaire Design and Attitude Measurement, New York: Basic Books, Inc. 1966.

- Kaplan, 1964 op. cit.,

- Morris James Slonin, Sampling, New York, Simon Schuster, 1960.

(2) - Julian L. Simon, Basic Research Methods in Social Science, The Art of Empirical Investigation, New York, Random House, 1969, pp. 251-260.

- Slonin, 1960 op. cit., VIII, K pp. 49 - 57.

(3) Fred N. Kerlinger, Foundation of Behavioral Research, Holt, Rinehart and Winston, 1964, p. 531.

واقدر كان أول ما نسل عن العبة، هو من الذي نستجويه وكيف نسل  
عبتنا العشوائية.

هذا وقد لاحظنا أن قريتنا، التي نجرى فيها المسح، على عكس بعض قري  
أخرى، في أن لها خريطة رسمية خاصة بها وحدها. ومع ذلك، وكما أشرنا، كان من  
الضروري أن نزرها وأن نختبر مواقع مجموعات المساكن والأحياء السكنية فيها.

هذا وقد جمعنا بيانات هذه الدراسة في بحث أجرى خلال شتاء عام ١٩٧٤.  
واعتمدنا في المسح على البيانات الرسمية للقرية في عام ١٩٧٤، وعلى المعاينة على  
الطبيعة لمنطقة الدراسة كما اعتمدنا أيضاً على الإحصاءات الرسمية لسنة ١٩٦٦.  
وتضمنت هذه البيانات عدد الوحدات السكنية بالقرية وعدد السكان وإجمالي عدد  
الأسر. وأوضحت أن عدد الذكور يبلغ ٤١١ نسمة وعدد الإناث يبلغ ١٦٩ نسمة  
وإجمالي عدد السكان ١٠٥٨٠ نسمة، وأن عدد الوحدات السكنية بلغ ١٩١٩ وحدة  
تضم عدد ٢٢٢٩ أسرة<sup>(١)</sup>. هذا وطبقاً للإحصاءات الأخيرة (١٩٧٦) فإن هذه  
الأعداد هي ٧٥٦٣، ٦٨١٠، ١٤٢٧٣ نسمة على التوالي.

والوحدة السكنية قد تكون منزلاً أو شقة أو مجموعة من العجرات أو حجرة  
واحدة، ويكلمات أخرى فإن الوحدة السكنية هي أي منطقة للسكن لها مدخل خاص  
وإمكانات للطهي منفصلة عن غيرها.

هذا وقد رأينا أن تعتبر الوحدات السكنية - كاسر - هي عبة الدراسة. أي  
أننا لم نأخذ الفرد - بذاته - وإنما أخذنا الأسرة في الوحدة السكنية نفسها، وذلك  
لعدد من الأسباب منها عامل التكلفة في الدراسة الميدانية، فهدفنا من جمع البيانات  
هو أن تكون ممثلة لتجاهات مجتمع قرية قها كله. فإذا أرسلنا جامعي البيانات إلى  
أفراد السكان المتشعريين على طول مجتمع القرية - أي إذا أخذنا الأفراد وليس

---

(١) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء المصدر السابق، ١٩٧٤، ص ١١٦.

الوحدات السكنية كنساس - فإن تكلفة ذلك البحث تكون أعلى من التكلفة في حالتنا هذه. ولذلك كانت رغبتنا أن نجمع البيانات من أفراد العينة بطريقة أخرى وقد كان ذلك عن طريق استخدامنا لبيانات الوحدات السكنية كنساس.

واعتبار الوحدات السكنية (الأمر) بديلا عن الأفراد كنساس في اختيارنا للعينة لا يجعل البيانات التي حصلنا عليها مشوبة بعيب التحيز. فطالما أننا نحصل على البيانات من شخص واحد فقط من كل أسرة، وأن للشخص الذي نستجوبه فرصة معروفة في الدخول ضمن العينة، فإن النتائج التي نحصل عليها من بياناتنا تعد كما لو أننا حصلنا عليها نتيجة استجواب كل أفراد المجتمع محل البحث<sup>(١)</sup>. وهذه الوحدة السكنية ليست هي الغاية بل أنها استخدمت كوسيلة لتמיד مواقع أفراد العينة.

وقبل أن نبدأ في اتخاذ إجراءات عملية سحب عينة البحث، فإنه من الطبيعي أن نقوم باستشارة مجموعة من المصادر ذات العلاقة مع السكان وعلى تداية بخصائصهم وعاداتهم. وهذه المسألة كانت صعبة في حالة دراستنا بقرية قها، وذلك بسبب ما حدث في السنوات الأخيرة. فبعد أن أجرى التعداد الأخير عام ١٩٦٠ في قرية قها، ثم هابوا إليها عندما بدأت الصناعة فيها مما جعل أمر تصنيف نوعيات هؤلاء السكان صعبا للغاية. وكان السبب الآخر عدم كفاية المعلومات عن بيانات الوحدات السكنية نتيجة هذا التفسير الذي حدث فيها. ولذلك كان علينا أن نعتمد في حصولنا على بعض المعلومات المطلوبة من أمانة الحكم المحلي في القاهرة ومن محافظة القليوبية ومن السجل المدني والمجلس المحلي والجمعية الزراعية وبيت الثقافة في قها ومن كشوف الناخبين في وزارة الداخلية. هذا ويمكن القول أن في قرية قها قطاعان رئيسيان، القطاع الريفي وبه تتجمع البيوت، وهي مبنية من الطين، في مجموعات، والقطاع الحضري وبه بيوت مكونة من شقق وأيضا الوحدات السكنية التي شيدتها مصانع قها لعمالها والمباني المعتادة التي يمكنها موقوف الحكومة.

(1) Charles Backstrom, Gerald Hursh, Survey Research, New York: Northwestern University Press, 1971, p. 35.

وعلى هذا الأساس اختيرت عينة الدراسة، وهي عينة عشوائية كما ذكرنا، من أرياب الأسر التي يبلغ عددها ٢٢٢٩ أسرة. وقد اخترنا في البداية أسرة من كل ثمان أسر. وبالتالي فإن العينة العشوائية البسيطة قد تكونت بنسبة ١٢٪ تقريبا من أسر القرية.

ولتبسيط عملية سحب العينة في الميدان، ولسهولة المراجعة اتفقنا على اعتبار الرقم ١٠ بداية لسحب أسر العينة. وبذلك تكون الأسر التي أخذت في العينة هي التي تحمل أرقام ١٠-١٨-٢٦-٣٤-٤٢... وهكذا حتى آخر قائمة إعداد الأسر والتي رجعنا إليها في سجلات حصر المباني والأسر الخاصة بكل منطقة.

وعلى هذا أصبح لدينا عدد ٢٧٨ من أرياب الأسر. وبعد ذلك استبعدنا منهم ٢٩ رب أسرة لأنهم لم يحققوا المقومات الموضوعية للثبات والصدق. وبالتالي فإن عدد أفراد عينة البحث بلغ في النهاية ٢٤٩ شخص بنسبة ١١٪ تقريبا من مجموع أسر القرية، وهي نسبة لا بأس بها في تمثيلها مجموع الأسر.

هذا وقد تبين لنا أن الاتصال بأفراد العينة أثناء وجودهم في العمل مسألة صعبة للغاية ولذلك فقد تمت مقابلتهم بعد انتهاء العمل. وبينما كان يتعذر علينا تماما لقاء أحد أفراد العينة الأساسية، كنا نختار الرقم التالي له مباشرة. وحدث ذلك في ثلاث حالات فقط.

### الاجراءات الميدانية

لقد اخترنا أسلوب المقابلة الشخصية كوسيلة لجمع البيانات لسببين، أولا لزيادة احتمال حصولنا على معلومات أكثر دقة من نسبة عالية من أفراد العينة، حيث أن المقابلة الشخصية هي الأسلوب الأفضل من غيره في هذا الصدد. وثانيا لأن جامع البيانات يستطيع خلال الاستجواب أن يجمع مادة إضافية علاوة على المادة التي تجرى عليها الدراسة، وقد تكون تلك المادة من المدخلات الإضافية لتحليل فيما بعد.

وتقابلنا هنا مشكلة تتعلق بتأثير جامعي البيانات على أفراد العينة وهو تأثير محتمل الوقوع. هذا ويصعب القول في رأينا، بوجود حل مؤكد لتلك المشكلة. على أنه من المفترض فيه أن الدقة في اختيارهم وتدريبهم تقل من حجم هذه المشكلة إلى الحد المقبول.

والتجارب الميدانية ميزة وهي أنها تعطي قدرا من التوضيح والفهم العميق للتأثيرات الاجتماعية المعقدة والعمليات والتغيرات في مجتمع الدراسة. كذلك فهي تمكن الباحث من دراسة ديناميكيات الجماعات وتفاعلاتها.

هذا وقد تم اختيار صحة الإجابات التي أدلى بها بعض الذين أجرى عليهم البحث وذلك عن طريق مراقبة الكيفية التي يجيبون بها أثناء المقابلة، هذا ويمكن القول أن إجابات هؤلاء صحيحة ويمكن الاعتماد عليها.

وبعد أن سحبتنا العينة وأعدنا البرنامج الزمني للمقابلات، وهو كما ذكرنا اختيار المواعيد المناسبة لتواجد أرباب الأسر في بيوتهم، كانت الخطوة التالية هي اختيار وتدريب جامعي البيانات. وقد اخترنا أربعة أفراد من الثقافة الجماهيرية للقيام بهذا العمل وعقدنا لهم فترتين للدراسة الأولية للفكرة، ولعرفة مفاهيم الاستقصاء وأنواع الأسئلة التي ستطرح على أفراد العينة، والهدف المراد الوصول إليه. وقد تم اختيار هؤلاء الأربعة على أساس خبرتهم في القيام بالمقابلة في بحوث معاصرة<sup>٦</sup>

كذلك اخترنا اثنين من المرشدين من أهل القرية ليصلوا كمسنولي اتصال بين أهل القرية وبين جامعي البيانات. والمرشد هو شخص قادر على الحديث مع الناس والعمل معهم وإقناعهم بأهمية البحث<sup>(١)</sup>، كما أنه من المفترض فيه أنه يعرف كل أو معظم مشكلات القرية.

هذا وقد عمل جامعو البيانات تحت إشرافنا مباشرة حيث كنا نحدد لهم الحالات التي يقابلونها في بداية اليوم، ونقوم بعقد اجتماع لهم في نهاية البرنامج الزمني للمقابلات.

---

(١) وهو من هذه الزاوية قد يعتبر قائد رأي.

واتسهيل عملية المقابلة، زودنا جامعي البيانات ببطاقة تقييم مناسبة تظهر شخصيته ودوره بالنسبة للذين يجرى عليهم البحث.

وقد تم اختيار بعض العناصر النسائية ضمن جامعي البيانات مراعاة لتقاليد القرية وحتى يمكن استيفاء جانب الاستبيان، في عينة البحث، المتعلق بربوات البيوت.

هذا ومع كل الإجراءات السابقة، فقد واجه جامعو البيانات بعض الصعوبات في إقناع بعض أفراد العينة المترددين في استيفاء صحيفة الاستبيان بسبب الخوف التقليدي في القرية من الحكومة ومن إعطاء بيانات إلى من يعتقدون أنهم تابعون للأجهزة الحكومية، ولكن أمكن اكتساب ثقة هؤلاء سريعاً بفضل الجهد الذي بذلناه معهم بمساعدة العاملين ببيت الثقافة والمرشدين بحكم معاشمتهم لجماهير القرية ومشاركتهم إياهم الأنشطة الثقافية ومحو الأمية والعروض السينمائية.

وسواء كان من يجرى عليه البحث من الذين يعرفون القراءة والكتابة فاستوفى بنفسه صحيفة الاستبيان، أو قام جامعو البيانات بتسجيل إجابات الأميين من أفراد العينة، فقد كان جامعو البيانات في كل الحالات يشرحون لهم الأسئلة ويردون على استفساراتهم ويعاونونهم في تسجيل إجاباتهم (دون التأثير عليهم بطبيعة الحال).

هذا وبعد نهاية العمل الميداني قمنا بإعطاء البيانات المجمعة في صحف الاستبيان الحاسب الآلي لاتخاذ ما يلزم نحو تبويبها لكي تتمكن من تحليلها واستخلاص النتائج منها في أسرع وقت ممكن.

### صحيفة الاستبيان

هذه تصميمنا لصحيفة الاستبيان، أخذنا في الحسبان اعتبارين، على درجة كبيرة من الأهمية، وهما الدقة وقلة التكاليف. كما كتبنا صحيفة الاستبيان بلغة على المستوى المألوف لأفراد العينة، واستبعدنا الأسئلة الطويلة والغامضة. وإذا كانت هناك أكثر من إجابة بديلة، للسؤال، طلبنا من جامعي البيانات قراءة كل الإجابات البديلة والاحجام عن الإيعاء بأي إجابة. وفي تنظيم تسلسل الأسئلة، حاولنا أن نبدأ

بالمسائل العامة وتتخرج إلى المسائل المحددة وأن يقتصر كل سؤال على فكرة واحدة  
أو حدث واحد.

وحيث أن البحث قد صمم لجمع المعلومات بشأن وجهة نظر أفراد العينة في  
نوع وسائل الإعلام، فإننا أحيانا كنا نسأل أكثر من سؤال لتضمن ثبات الإجابات.

و بعد أن انتهينا من إعداد أسئلة صحيفة الاستبيان قمنا باختبارها على  
بعض أفراد عينة أرياب الأمر، وقد أسفر ذلك عن تعديل وحذف بعض الأسئلة  
وإضافة أسئلة جديدة حتى وصلت الصحيفة إلى الصورة التي تخضع أغراض البحث  
والتي نقتت بها فيما بعد. وقد استغرقت هذه العملية أسبوعاً قبل موعد البدء  
بالمقابلات.

وتضمنت صحيفة الاستبيان عدد (٦١) سؤال مقسمة إلى خمسة أقسام، وفي  
كل قسم عدة مجموعات (انظر الملحق رقم ١).

وقد أعدت المجموعة الأولى من الأسئلة، عن الخصائص الاجتماعية  
والاقتصادية، لكي يعطى الشخص الذي يجري عليه البحث معلومات عن نفسه مثل  
خصائصه الشخصية والاجتماعية، وسعت هذه الأسئلة إلى رسم صورة الشخص من  
حيث الجنس والسن والنسل والمهنة وملكية جهاز الوسيلة الإعلامية والتعليم والحالة  
الاجتماعية وعدد الأطفال.

وكانت خصائص العينة مطلوبة لمقارنة مدى تمثيل أفرادها لباقي سكان قرية  
قها. كما استخدمت البيانات أيضاً لمقارنة الإجابات بالطبقات المختلفة من السكان.

والمجموعة الثانية من الأسئلة بحثت في سلوك أفراد العينة تجاه وسائل  
الإعلام، الصحافة والرائيو والتلفزيون، والأبواب والبرامج التي يسمعونها الأفراد أو  
يرآونها أو يقرأونها، والأعمدة والبرامج التي يفضلونها، وأفضليات أفراد العينة



وأسبابها . والهدف الرئيسى لهذه الأسئلة هو إظهار عادات أفراد العينة بشأن وسائل الإعلام والنور الذى قد تلعبه فى حياتهم. وفى الحقيقة يمكن اعتبار هذه المجموعة من الأسئلة أساس البحث:

والمجموعة الثالثة من الأسئلة تتعلق بمستوى معلومات أفراد العينة. وقد استخدمت أسئلة المعلومات لاكتشاف ماذا يعرف الناس، وكم يعرفون، وكيف عرفوا حديثا ما سواء كان سياسيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا، محليا أو قوميا. ولقد عاينتنا هذه المجموعة من الأسئلة على تقييم عدد من الفروض عن نور وسائل الإعلام فى توسيع أفاق الفرد من المستوى المحلى إلى المستوى القومى، وفى تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفى زيادة الطموح.

والمجموعة الرابعة من الأسئلة صممت لمعرفة معلومات من أفراد العينة عن تبني الأفكار المستحدثة كإحدى متطلبات التنمية القومية، وكانت الفكرة المستحدثة التى اخترناها هى فكرة تنظيم الأسرة. وتصف الأسئلة المراحل المختلفة التى يمر بها الفرد فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة. وساعدنا هذا الجزء من صحيفة الاستبيان على تقييم نور وسائل الإعلام والاتصال الشفهي فى تغيير الاتجاهات الراسخة وفى تبني الأفكار المستحدثة.

وكان المقصود من المجموعة الخامسة من الأسئلة أن تعطى المعلومات عن نور وسائل الإعلام فى حملة محو الأمية. واقتصر هذا الجزء من صحيفة الاستبيان على أفراد العينة الأميين أو الذين يقرؤون فقط أو الذين يقرؤون ويكتبون ولكنهم مازالوا ملتحقين بفصول محو الأمية، ويركز على تتبعهم، أو عدم تتبعهم، برامج محو الأمية، وعلى الأسباب التى دفعتهم إلى تتبعها، وعلى درجة التعليم التى وصلوا إليها. وهذه المجموعة من الأسئلة تساعدنا فى تحليل مدى فاعلية وسائل الإعلام فى التعليم.

## الضوابط المستخدمة لضمان ثبات الاجابات و صدقها

إذا كان السؤال (والجواب) هو الوسيلة الأساسية في جمع البيانات، فمن الضروري أن تتخذ بعض الاحتياطات التي تكفل الاطمئنان إلى أن كل سؤال يقيس فعلاً ما وضع أصلاً لقياسه، وأن إجابات الفرد في العينة تعبر فعلاً عن رأيه.

ولقياس الثبات توجد وسائل متعددة كما أن لقياس الصدق وسائل أخرى. وتتفاوت طرق قياس الثبات بين عدة وسائل منها مثلاً إعادة تطبيق صحيفة الاستبيان بعد فترة زمنية محددة، ووضع عدد من الأسئلة الضابطة بين أسئلة الصحيفة. كذلك فإن إجراءات قياس الصدق تتضمن وضع الأسئلة التي تراقب أو تضبط هذا القياس أو ملاحظة الاتساق الداخلي للاستبيان أو يتم الاعتماد في ذلك على ضوابط خارجية.

ومن الملاحظ أن ثبات الاستبيان قد يلقي كثيراً من الضوء على مدى صدقه، والعكس صحيح. ولكن لا يعني ذلك أن الثبات والصدق مسميان لمفهوم واحد<sup>(١)</sup>.

وقد استخدمنا في دراستنا هذه إجراءات رئيسيين لضمان درجة لا بأس بها من الثبات والصدق في إجابات أفراد العينة وهما :

١ - ملاحظة التنسيق الداخلي للاستبيان، والتناقض (أو عدم التناقض) بين إجابات أسئلة معينة.

٢ - الاعتماد على المرشدين من أهل القرية كوسيلة ضبط خارجية.

وراعينا الدقة في تطبيق هذين الإجراءين، واستبعدنا كل صحيفة استبيان لا تحظى بموافقة المرشدين واطمئنانهم إلى صدق إجاباتها. كذلك أخذنا في اعتبارنا ما لاحظناه أثناء عملية المقابلة من تردد الفرد أو تحفظه أو صراحته الزائدة أحياناً

---

(١) محمد عريه، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دراسة ميدانية في

قرية مصرية، دار المعارف بمصر، ١٩٧١ ص ٢٩٤.

وراعينا أن نعمل على أن يطمئن الجميع إلى أن هدفنا هو خدمة مصر أولاً وأخيراً.

هذا وقد احتوت الصحف المستبعدة على إجابات كثيرة متضاربة ومتناقضة يصير عليها الفرد ولا يمكن تصحيحها، وقد بلغت هذه الصحف كما سبق الإشارة ٢٩ صحيفة استبيان من مجموع الصحف الكلية والتي تبلغ ٢٧٨ صحيفة. وبذلك أصبح لدينا ٢٤٩ صحيفة تحقق الشروط للوضوعة لقياس الثبات والصدق. وقد أقنعنا على هذه الخطوة إيماننا منا بأهمية نزومة الإجابات ومدى إمكانية الاعتماد عليها بصرف النظر عن حجمها. وبذلك تكون نسبة صحف الاستبيان المقبولة إلى العدد الكلي الذي اختير للبحث حوالي ٩٠٪ وهي نسبة عالية من الردود بالمقارنة بمثل هذه الدراسات والأبحاث.

### مراحل العمل بالحاسب الآلي

وبعد أن انتهينا من العمل الميداني، أعطينا الإستمارات المستوفاة ٢٤٩ رقماً كودياً، وأعدنا كتيبا به مفاتيح أرقام الكود، وراجعناه وتحققنا منه، وبعد الترميز والتدقيق وإعادة التدقيق والتحرير، تم تنقيب بطاقات NCR. وقد قمنا بأعمال التدقيق بفرض التاكيد من عدم وجود أزواج في البيانات نتيجة وجود أكثر من إجابة واحدة للسؤال الواحد في البطاقة مثلا لو أي أخطاء أخرى.

ثم تم تقريغ البطاقات في عدة جداول يمثل كل منها إجابات أفراد العينة على أحد أسئلة الاستبيان. ثم استخدمت الجداول المزدوجة لتجريب الإجابات على الأمثلة حسب الخصائص السكانية للعينة مثل السن والجنس والتعليم والمهنة والدخل، ثم قمنا بتعطيل هذه الجداول لاستنتاج وجود أثر أو علاقة بين بعض الخصائص السكانية ووظائف ومنازل الإعلام.

وقد تم إجراء هذه العملية كلها من خلال عدة خطوات على النحو

التالي:

١ - تحليل وتصميم النظام System Analysis (نظام الحاسب).

٢ - فتح الملف الذى يحتوى على المعلومات بعد إجراء عمليات المراجعة بفرض

التقنية واستخدم فى ذلك برنامجى الخلق والمراجعة, GENTABO,

BENTAB 1.

٣- إعداد بطاقات التحكم Control Cards فى تشغيل البرامج السابقة للجدول

التكرارية Frequency Tables والجدول المزدوجة Cross Tables.

٤- تم تشغيل النظام بالخطوات السابقة على الحاسب الالى NCR Century

200 واستخدمت فى ذلك الوسائط المغنطة Magnetic Media مثل

الشرائط والإسطوانات Magnetic Tapes and Discs.

٥- تم اختبار العلاقات باستخدام اختبار كا<sup>٢</sup>

وكان البرنامج المستخدم فى هذه العملية GENTAB PACKAGE (١).

هذا وقبل البدء فى الدراسة الميدانية فإنه - يحسن أن نستعرض خصائص

أفراد العينة المختارة.

### خصائص أفراد العينة

الجنس:

يبين الجدول رقم (١) من الجنس أن الغالبية العظمى لأفراد العينة من الرجال

فقد بلغت نسبتهم حوالى ٨١٪ بينما بلغت نسبة النساء حوالى ١٩٪ والسبب فى ذلك

يرجع أساسا إلى أن هدفنا من اختيار أفراد العينة هو أن يكونوا من أرباب الأسر

بغض النظر عن جنسهم. وقد كان من أسباب ظهور نسبة من النساء ضمن أفراد

---

(١) قام بالعمل على الحاسب الالى بالجامعة الأمريكية بالقاهرة كل من: السيدة منى مأمون

قداح، مخرقة النظم، الانسة سلوى أمين - مسئولة قارول البيانات، السيدة مرجريت

بطرس - المشرفة على قسم إعداد البيانات، السيد محمد عبد المنعم - المشرف على

عمليات قسم الحاسب الالى.

العينة كريات أسر إما لأنهن أرامل أو مطلقات أو أن أزواجهن يعملون بالخارج أو على سفر.

السن:

أما فيما يختص بالسن، فيبين الجدول رقم (٧) أن أقل من نصف العينة ممن تتراوح أعمارهم بين ٢١، ٢٩ سنة، وأن حوالي ربع العينة في مرحلة الأربيعينات، وأن الأعمار في الربع الأخير من العينة في الخمسين أو تزيد على ٥٠ سنة.

### الجدول رقم (١)

#### الجنس

الجنس	المعد	النسبة المئوية
ذكر	٢٠١	٪٨٠.٧
أنثى	٤٨	٪١٩.٣
الإجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

### الجدول رقم (٢)

#### السن

الجنس	المعد	النسبة المئوية
من ٢١ - ٢٩	٥٢	٪٢١.٣
من ٢٠ - ٢٩	٧٢	٪٢٨.٩
من ٤٠ - ٤٩	٦٣	٪٢٥.٣
من ٥٠ - ٥٩	٤٠	٪١٦.١
٦٠ فأكثر	٢١	٪٨.٤
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

## المهن:

ويوضح الجدول رقم (٣) مهن أفراد العينة، حيث يتبين أن أكثر من ٢٩٪ منهم من المزارعين أو الفلاحين، وأن حوالي ٣٥٪ من العمال، أي أن العمال والفلاحين يمثلون ما يزيد على ٧٥٪ من مجموع أفراد العينة، وأن حوالي ربع العينة من موظفي الحكومة والقطاع العام والمهنيين وذوي الأعمال الخاصة وريبات البيوت ورياب المعاشات.

هذا ومثلما أن النسبة الكبرى من أفراد العينة تتمثل في الفلاحين والعمال والنسبة الصغرى تتمثل في المهن والأعمال الأخرى، فإنه يمكن القول بأن هذا الوضع يتعشى مع الطبيعة الصناعية الزراعية لقرية قها .

### الجدول رقم (٣)

#### للمهن

المهنة	العدد	النسبة المئوية
موظف	١٥	٪١
عامل	٨٨	٪٣٥.٤
عمل خاص	١٢	٪٤.٨
فلاح أو مزارع	٩٩	٪٣٩.٨
مهنى (طبيب - مدرس - محامى - محاسب)	١٥	٪١
زوجة (مستعينة)	١٧	٪٦.٨
لا عمل (وتتضمن أرباب المعاشات)	٢	٪٠.٢
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

### الحالة التعليمية:

أما الجدول رقم (٤) فيصور الحالة التعليمية لأفراد العينة. ومن الملاحظ أن غالبية العينة (٥٢٪) من الأميين، وهي نسبة تظل، إلى حد ما، عن نسبة الأميين على مستوى الجمهورية: وأن من يعرفون القراءة فقط بلغت نسبتهم ٩٪ وهذه النسبة من الممكن إضافتها إلى نسبة الأميين في مجموعة واحدة. وأن الفئة الأخيرة ونسبتها حوالي (٣٩٪) تمثل المتعلمين وهم من يعرفون القراءة والكتابة والحاصلون على شهادات إتمام الدراسة الابتدائية والإعدادية والثانوية والشهادات الجامعية. والجدير بالذكر أن الحاصلين على شهادة دراسات عليا يسكنون القرية ولم يهاجروا إلى المدينة. وهذا اتجاه محمود إذا تكرر في قرى أخرى فإنه يقلل من الأعباء الملقاة على المدن ويؤدي إلى استفادة القرى من مجهود أبنائها.

### الحالة الاقتصادية:

ويبين الجدول رقم (٥) الحالة الاقتصادية لأفراد العينة. وبهنا أن نوضح في هذا المجال أن هذه الخاصية يصعب قياسها لعدة أسباب من أهمها امتناع معظم أفراد العينة، وخاصة الذين يعيشون في مستوى أعلى نسبياً من الآخرين، عن الإفصاح عن دخولهم الشهرية (خوفاً من الحكومة أو من الحسد إلى الخ...)

#### الجدول رقم (٤)

#### الحالة التعليمية

النسبة المئوية	المعد	الحالة التعليمية (١)
٥٢.٢٪	١٢٠	أمي
٩.٢٪	٢٣	يقرا فقط (منخفض التعليم)
١٤.٩٪	٣٧	يقرا ويكتب
٥.٢٪	١٣	إبتدائية
٤.١٪	١٠	إعدادية
٨.٤٪	٢١	ثانوى - ثقافة عامة - دبلوم متوسط
٥.٦٪	١٤	بكالوريوس أو إيسانس أو ما يعادلها
٠.٤٪	١	ماجستير
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالي

(١) تبين أن هناك ثلاث زفراد من العينة - يمكنهم القراءة ولكنهم يكتبون بدرجة ضعيفة جداً =

هذا ويشير الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة ٥٦٪ يقل دخل الأسرة فيها عن ٢٠ جنيه شهرياً. وأن حوالي ثلث العينة ٣٣٪ يتراوح دخل الأسرة فيه بين ٢٠ وأقل من ٤٠ جنيه شهرياً. أما الجزء الباقي من العينة (١١٪) فيبلغ دخل الأسرة فيه ٤٠ جنيه شهرياً أو يزيد.

ومن الأهمية بمكان أن نوضح أنه رغم النجاح النسبي في الحصول على البيانات المتعلقة بالدخل الشهري، إلا أن مسألة التأكد من صحتها وبقتها هي مسألة تعتبر في حكم المستحيل فإجابات بعض أفراد العينة على هذا السؤال اختلفت الصراحة والصدق نتيجة الخوف أو الحسد أو الضرايب كما أشار أحد المرشدين. كذلك فقد امتنع ثلاثة عن الإجابة على هذا السؤال.

### الجدول رقم (٥)

#### متوسط الدخل الشهري للأسرة

النسبة المئوية	المعد	الدخل
٥٦.١٪	١٣٨	أقل من ٢٠ جنيه
١٧.٥٪	٤٣	من ٢٠ - ٢٩ جنيه
١٥.٤٪	٣٨	من ٢٠ - ٢٩ جنيه
١١٪	٢٧	٤٠ جنيه أو أكثر
١٠٠٪	٢٤٦	إجمالي

= لذلك رأينا إضمارتهم إلى فئة من يقرأ فقط ، كذلك هناك ثلاثة عشر من الذين عرفون القراءة بما فيهم هؤلاء الثلاثة - يتعرضون للقراءة بصفة مباشرة وأن الباقي يتعرضون بصفة غير مباشرة لأنهم يتعبون منها.



## الفصل التاسع

### التعرض لوسائل الإعلام

#### آراء حول دور وسائل الاعلام

تشير البحوث التي أجريت في البلاد النامية إلى الدور الحاسم والمتكامل لوسائل الإعلام في التنمية. إذ أن التعرض لوسائل الإعلام في المجتمعات الريفية يقود الفلاحين على الطريق إلى العصرية Modernization

ويعتقد روجرز "Rogers" أن وسائل الإعلام هي الموارد الأساسية للمجتمعات التي تسعى بسرعة إلى التنمية، حيث تصل هذه الوسائل برسائلها إلى معظم الناس بأسرع وأرخص ما يمكن<sup>(١)</sup>. ويقول ليرنر Lerner "، أيضاً، إن وسائل الإعلام هي العنصر الضخم الذي يضاهي التنمية. فوسائل الإعلام تعلم الناس هذا النوع من المشاركة، حيث تصف لهم المواقف الجديدة والغريبة وتحسن إطلاعهم على سلسلة من الآراء يستطيعون الاختيار من بينها<sup>(٢)</sup>.

ويرى روجرز أنه بالإمكان أن تتحقق استفادة إذا نظرنا إلى عملية التنمية على اعتبار أنها عملية اتصال. إذ أن الاتصال إعلامياً أو مباشراً، هو الوسيلة الجوهرية التي تنقل الأفكار - الملقاة بالعالم الخارجي - من خلالها إلى القرية. كما يعتبر الاتصال أيضاً قوة مركزية لتسهيل النشر لأبعد مدى داخل القرية.

وهو يقول أيضاً أن الدور الرئيس لوسائل الإعلام قد يكون في توفير المناخ اللازم للتنمية أكثر منه في تقديم التفاصيل المحددة الضرورية لتبني الأفكار المستحبة.

وإلى هذا المدى فإن وسائل الإعلام هي المضاعفات Multipliers السحرية لاتباع أخلاقيات العصرية بين الفلاحين، ولكنها أقل فاعلية من ذلك بكثير في نشر

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

(2) - Lerner, 1972, op. cit., p. 317.

- Lerner, 1958, op. cit., p. 54.

الابتكارات التكنولوجية وفي إحداث التغييرات في السلوك Overt behavior  
المعلن<sup>(١)</sup>.

وقد وجد روجرز في القرى الكواومبية الست التي أجرى عليها أبحاثه أن  
هناك علاقة ريجابية بين التعرض لوسائل الإعلام والتعليم، وبين الانفتاح على العالم  
الخارجي "Cosmopolitanism"، والقدرة على التمييز الوجداني "Empathy"،  
وتبنى الأفكار المستحدثة "Innovativeness"، والإدراك السياسي، وواقع  
الإنجاز "Achievement Motivation"<sup>(٢)</sup>..

إن مدى التعرض لوسائل الإعلام هو عنصر يلقي بعض الضوء على المنفعة  
الحدية "Marginal utility" لوسائل الإعلام، ومن ثم فإن الفصل التاسع،  
يستكشف ظاهرة المنفعة الحدية لوسائل الإعلام والتعرض الانتقائي-selective ex-  
posure. كما يستكشف إلى أي مدى يتعرض القرويون لوسائل الإعلام وماذا  
يجذب إنتباههم منها على وجه الخصوص.

إن إمكانية القروي على الاختيار هي إمكانية تتوقف كثيراً على اهتمامات  
الشخصية، أما مدى تعرضه لهذه الوسائل فإنه يعتمد على متغيرات أخرى.

هذا ويمكن القول أن معظم المتغيرات المرتبطة بموضوعنا هي:

(أ) طريقة التعرض، وهل هي استقبال خاص أم عام؟

(ب) وسيلة الاتصال المستخدمة، وهل هي الإذاعة أم التلفزيون أم الصحافة؟

(ج) المميزات الشخصية والاجتماعية للقرويين

وفي ذلك فإنني أعرض الافتراضين التاليين:

١ - إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال  
"Mode of Reception".

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 116.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 104-111.

٢- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية له "Background Characteristics"

هذا وستقوم بتحليل بيانات المسح، الذي تم في قها، التحقق من هذين الافتراضين.

إن طريقة الاستقبال تتصل بالشروط التي يصبح الفرد معها متعرضاً لوسائل الإعلام. والاستقبال قد يكون إستقبالا خاصاً "Private" أو جماعياً "Collective".

والاستقبال الخاص يتم عن طريق سيطرة الفرد على الوسيلة المستخدمة، أي امتلاكه لجهاز راديو أو تليفزيون وشرائه لصحيفته الخاصة. ومن أجل دراستنا هنا سنعتبر أن طريقة الاستقبال الخاصة تعني ملكية جهاز راديو أو تليفزيون وقراءة الشخص لصحيفته الخاصة.

أما الاستقبال الجماعي فهو يتم عن طريق اعتماد الفرد على الآخرين للوصول إلى وسيلة الاتصال<sup>(١)</sup>.

### وسائل الاتصال الالكترونية

تعتبر وسائل الاتصال الالكترونية من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث، خاصة بعد زيادة التقدم العلمي والتكنولوجيا واستخدامه في تلبية احتياجات الشعوب.

وفي ذلك يوضح مندلسون أن الراديو ومن غيره من وسائل الإعلام يتمتع بخصائص فريدة، حيث أصبح رفيقاً لمن يستعمله، ويضيف مندلسون بأن هذه الصداقة بين الراديو والمستمع قد زالت نتيجة لزيادة الاختراعات وتطورها مع انخفاض ثمنها بالنسبة لما تقدمه من مزايا إلى درجة أصبح فيها الراديو ملازماً

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 143.

المتستمع لفترات طويلة من الوقت (١).

ويقول بول لازار سفيلد "Paul Lazarsfeld" وباتريشيا كيندال "Patricia kendal" إن تعبير جماهيري "Mass" ينطبق حقاً على وسيلة الراديو، ذلك أن الراديو يصل إلى كل مجموعات السكان بصورة منتظمة أكثر من أى وسيلة أخرى. ولقد خلص لازار سفيلد وكيندال إلى أنه كلما أتاحت وسيلة إعلامية ما، كلما زاد عدد المتعرضين لها (٢).

### بيانات الدراسة الميدانية

#### التعرض للإذاعة والتليفزيون وملكية أجهزة الوسائل:

لقد سألنا أفراد عينة البحث الذي أجريناه في قها عن مدى تعرضهم لوسائل الإعلام الإلكترونية، ومدى تعرضهم، فهاذا كانت طريقتهم في الاستقبال؟ فكانت إجاباتهم عن الراديو، كما هو ظاهر في الجدول رقم ٦ الذي يتبين منه أن نسبة ٩٥.٦٪ من أفراد العينة من مستمعي الراديو، ويشير الجدول أيضاً إلى أن ما يوازي ٩٢.٦٪ من أفراد العينة يمتلك كل منهم جهازاً للراديو. كما يتبين بالنسبة لهؤلاء أن ٢٢.٧٪ من ذوي المستوى المرتفع للاستماع، و٤١.٤٪ من ذوي المستوى المتوسط للاستماع، و٢٦.١٪ من ذوي المستوى المنخفض للاستماع. ويتبين كذلك أن نسبة غير المستمعين للراديو ويمتلكون أجهزة في نسبة بسيطة تبلغ ٢.٤٪، ويتضح أيضاً أن عدد ساعات الاستماع لدى ملاك أجهزة الراديو أعلى كثيراً من عددها لدى الأفراد الذين لا يمتلكون الأجهزة. فقد بلغت نسبة الذين لا يمتلكون أجهزة الراديو ٦.٤٪ من أفراد العينة بينهم نسبة ٥.٢٪ من ذوي المستوى المنخفض أو ممن لم

(1) Harol Mendelshon "Listening to Radio" in Lewis Dexter and David White ed., People, Society and Mass Communication The Free Press of Glencoe, N.Y., 1964, pp. 239 - 249.

(2) Paul Lazarsfeld and Patricia Kendal: "The Communications Behaviour of the Average American", in Schramm, Mass Communication, University of Illinois Press, Urbana, 1960, pp. 421 - 424.

يستمعوا إلى الراديو نهائياً. ولا يوجد أحد من أفراد العينة ممن لا يملكون أجهزة الراديو تم تصنيفه تحت فئة نوى المستوى المرتفع للاستماع. في حين أن ٢٣.٧٪ من أفراد العينة مالكون للراديو يستمعون استماعاً بمستوى مرتفع.

### الجدول رقم ٦

مدى الاستماع إلى الراديو مقارناً بالملكية

الفئة \ المستوى	لا يستمعون	منخفض (٥)	متوسط (٥٥)	مرتفع (٥٥٥)	إجمالي
لا يملكون	٢٪ ٥	٢.٢٪ ٨	١.٢٪ ٣	— —	٦.٤٪ ١٦
يملكون	٦.٤٪ ٦	٣٦.١٪ ٦٥	٤١.٤٪ ١٠٢	١٣.٧٪ ٥٩	٩٣.٦٪ ٢٣٢
الإجمالي	٤.٤٪ ١١	٢٩.٣٪ ٧٣	٤٢.٦٪ ١٠٦	٢٣.٧٪ ٥٩	١٠٠٪ ٢٤٩

وفي سبيل اختبار العلاقة بين ملكية الراديو ومدى التعرض استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> "Chi-square test" الذي أظهر أنه عند ٢ درجات حرية "Degrees of free-dom" كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة تساوي ٢٦.٢٦ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة عند مستوى ٠.٠٥ هي ٧.٨١٤ أي أنه يوجد فرق معنوي "Significant difference" في مدى الاستماع إلى الراديو بين من يملكون الأجهزة ومن لا يملكونها (١).

(٥) منخفض = يستمع لعدد ساعات بين ٥ - ٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.

(٥٥) متوسط = يستمع لعدد ساعات بين ١٠ - ٢٤ ساعة أسبوعياً.

(٥٥٥) مرتفع = يستمع لعدد ساعات أكثر من ٢٤ ساعة أسبوعياً.

(١) طالما أن نتيجة اختبار وجود علاقة بين متغيرين باستخدام كا<sup>٢</sup> قد أظهرت وجود فرق معنوي من المستوى ٠.٠٥ فإن ذلك يعني وجود تلك العلاقة (التي يجري عنها الاختبار) بالفعل.

ومن ثم نستطيع القول بأن مدى تعرض الفرد إلى الراديو يتحدد جزئياً بالملكية.

ومن ناحية أخرى فإن الجداول التي ستورد فيما بعد تظهر أن أفراد العينة يتعرضون للراديو أكثر من تعرضهم للتلفزيون.

ويشير الجدول رقم ٧ إلى أن نسبة ٩.٦٪ من أفراد العينة يتعرضون للتلفزيون، هذا ويمكن القول أن انخفاض نسبة ملكية أجهزة التلفزيون (وإدراجها ١.٢٤٪) قد يرجع أساساً إلى أسباب اقتصادية أهمها انخفاض دخل الفرد، ومن ناحية أخرى وبمفهوم المخالفة يمكن أن نستنتج أن طريقة الاستقبال تتم بالمشاهدة الجامعية (مثلاً).

بيد أنه على المدى الطويل يمكن اعتبار التلفزيون وسيلة أكثر فاعلية، في نشر المعلومات، من الراديو، ويرجع هذا أساساً إلى أن نوعية هذه الوسيلة تتألف من الصوت والصورة، مما يجعله قادر على نشر المعلومات التي تحتاج إلى توضيح وشرح. وقد يفلح عائداً للحكومة، على المدى البعيد، يمكنها من إدخال نوع رخيص السعر من أجهزة التلفزيون خفيف الوزن سهل النقل.

وباستكمال تحليلنا للجدول عن مالكي أجهزة التلفزيون (١.٢٤٪) نجد أن نسبة ١٤.٦٪ من ذوي المستوى المرتفع والمتوسط للتعرض، ونسبة ٩.١٪ من ذوي المستوى المنخفض للتعرض، بينما تبلغ نسبة الأفراد الذين لا يشاهدون التلفزيون ٠.٤٪ فقط.

كما أنه يمكن أن نستنتج أن مدى التعرض المرتفع والمتوسط للتلفزيون بين من يملكونه أعلى بكثير إذا قورن بمن لا يملكونه (نسبة عدم الملكية بلغت ٧٥.٩٪). فقد بلغت هذه النسبة لدى الذين لا يملكون ٧٪ فقط كما بلغت نسبة التعرض المنخفض ٣٣.٢٪، ونسبة الذين لم يشاهدوا التلفزيون على الإطلاق ٢٥.٧٪.

ولقد استخدمنا اختبار كاي<sup>٢</sup> لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين ملكية جهاز

التلفزيون ومدى التعرض، حيث كانت كاً<sup>٢</sup> المحسوبة ٨٤.٥٠٠ مقابل كاً<sup>٢</sup> المجنولة لثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠.٥ - والتي تساوى ٧.٨١٤ ثبت وجود فرق معنوي بين من يملكون أجهزة التلفزيون ومن لا يملكونها في مستوى التعرض.

ومن البيانات المتقدمة يمكن القول أن الأفراد الذين تتوفر لديهم أجهزة وسائل الإعلام يكونون أكثر تعرضاً لها من هؤلاء الذين يعتمدون على الآخرين في استقبالها وباختصار، فإن استهلاك مخرجات "Output" وسائل الإعلام مقيد "Qualified" بطريقة استقبال وسائل الإعلام.

#### الجدول رقم ٧

##### مدى التعرض الي التلفزيون مقارنا بالملكية

الفئة \ المدى	لا يشاهدون	منخفض (٥)	متوسط (٥٥)	مرتفع (٥٥٥)	إجمالي
لا يملكون	٪٢٥.٧ ٨٦	٪٢٢.٢ ٨٠	٪٥.٨ ١٤	٪١.٢ ٣	٪٧٥.٩ ١٨٢
يملكون	٪٠.٤ ١	٪٩.١ ٣٢	٪٧.٥ ١٨	٪٧.١ ١٧	٪٢٤.١ ٥٨
الإجمالي	٪٢٦.١ ٨٧	٪٤٢.٣ ١٠٢	٪١٣.٣ ٣٢	٪٨.٢ ٢٠	٪١٠٠ (١) ٢١٩

(٥) منخفض = يساعد لعدد ساعات بين ٥ - ٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.

(٥٥) متوسط = يساعد لعدد ساعات بين ١٠ - ١٩ ساعة أسبوعياً.

(٥٥٥) مرتفع = يساعد لعدد ساعات أكثر من ١٩ ساعة أسبوعياً.

(١) إجمالي افراد العينة ٢١٩. لحجم ثمانية من إجابة هذا السؤال واجاب ٢١١ فقط.

## الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض للوسائل الإلكترونية:

لقد أظهرت بيانات المسح الذي أجرى في قها بشأن تعرض القرويين إلى الوسائل الإلكترونية أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه لوسائل الإعلام<sup>(١)</sup>.

فبمقارنة المهنة والاستماع إلى الراديو، أوضح الجدول رقم ٨ (أ) أن كل العمال في عينة البحث كانوا من مستمعي الراديو، بينما كانت نسبة ٤.٨٪ من فئة «آخرون» من غير المستمعين. وأن نسبة ٨٪ من الفلاحين لم يستمعوا إلى الراديو.

### الجدول رقم ٨ (أ)

#### مدى الاستماع إلى الراديو مقارناً بالمهنة

المهنة (٥)	المسمى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
فلاحون	(٨٪)	٨	١٨	٥١	٢٢	٩٩
عمال	(-٪)	-	٢٢	٢٢	٢٢	٨٨
آخرون (٥٥)	(٤.٨٪)	٣	٢٣	٢٢	١٤	٦٢
إجمالي	(٤.٤٪)	١١	٧٣	٩٥	٥٩	٢٤٩

(٥) تم حساب النسبة المئوية بين الفئات المختلفة.

(٥٥) من أجل التوضيح، ولأن تركيزنا على الفلاحين والعمال باعتبار أنهم يشكلون غالبية السكان، فقد أدرجنا كل الفئات الأخرى تحت لآخرون وهؤلاء موظف - عمل خاص - مهني (طبيب - مدرس - محاسب إلخ) - زوجة (متقاعد) - لا عمل (ويشمل من هم على المعاش).  
(١) تقصد بالخصائص الخلفية في براسنتنا هنا المهنة - مستوى الدخل - معرفة القراءة والكتابة والسن - والجنس.



وأكثر من ذلك، كان مدى استماع العمال (الاستماع المرتفع) إلى الراديو أعلى مدى الاستماع المماثل للفئات الأخرى. فقد تبين أن نسبة الاستماع المرتفع لدى العمال بلغت ٢٦.١٪، بينما تصل إلى ٢٢.٣٪ لدى الفلاحين، وتبلغ ٢٢.٦٪ لدى المهن الأخرى.

كما تبين أن أعلى نسبة بين الفلاحين وقدرها ١٥.٥٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع، كذلك فقد تبين أن أعلى نسبة بين فئة «أخرون» وقدرها ٣٧.١٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع.

وأوضح الجدول رقم ٨ (ب) بشأن المهنة ومشاهدة التلفزيون أن نسبة ٦٧٪ من العمال يشاهدون التلفزيون، بينما كانت نسبة الفلاحين مشاهدي التلفزيون ٤٦.٩٪ فقط. كذلك يبين الجدول، فيما يتصل بدرجة تعرض كل من العمال والفلاحين، إلى أن مدى تعرض العمال للتلفزيون كان أعلى في المستويات المرتفعة والمتوسطة للمشاهدة عن مدى تعرض الفلاحين للتلفزيون.

#### الجدول رقم ٨ (ب)

##### مدى التعرض إلى التلفزيون مقارداً بالمهنة

المهنة	المدى	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
فلاحون	(٥٣.١٪)	٥١	٢٨	٢	٤	٩٦ (١٠٠٪)
عمال	(٣٣٪)	٢٨	٢١	١٥	٨	٨٥ (١٠٠٪)
أخرون	(١٤.٧٪)	٩	٣٠	١٤	٨	٦١ (١٠٠٪)
إجمالي	(٣٦.٢٪)	٨٨	١٠٢	٣٢	٢٠	٢٤٢ (١٠٠٪)

(٥) العدد الإجمالي لأفراد العينة هو ٢٤٩ أحجم سبعة منهم عن الإجابة على هذا السؤال.

وأجاب ٢٤٢ فقط

هذا ويهم أن نوضح أن هناك عدداً من العوامل التي تؤدي إلى ظهور النتائج المتقدمة من أهمها مشكلة الفرصة Opportunity". فالناس المستفرون في نشاط معين، سواء كان من الأعمال المخفية أو تلك التي يستغرق أدائها فترة طويلة من الوقت، لن يجدوا سوى القليل من الوقت للتعرض لأي نوع من وسائل الإعلام.

وقد يكون المستوى الاقتصادي المنخفض عنصراً آخر يجعل الفلاحين أقل قدرة من العمال على إمتلاك وسيلة إعلامية ومن ثم يعتمدون على غيرهم ممن يمتلكونها.

وإذا انتقلنا إلى الكلام عن العلاقة بين مستوى الدخل ومدى التعرض للوسائل الإلكترونية نجد أنها تحتاج إلى مزيد من المناقشة.

فنجد من الجدول رقم ٩ (أ) أن نسبة ٥.٨٪ من ذوي الدخل الذي يقل عن ٢٠ جنيهاً في الشهر لا يستمعون إلى الراديو، بينما كل ذوي الدخل بين ٢٠-٢٩ جنيهاً في الشهر يستمعون إلى الراديو.

وقد سبق أن وجدنا فيما تقدم (الجدول ٦) أن ٩٢.٦٪ من إجمالي أفراد العينة يمتلكون أجهزة الراديو، وأن الذين لا يمتلكون أجهزة كانت نسبتهم ٨.٤٪ وهم إما لا يستمعون أو من ذوي الاستماع المنخفض أو المتوسط.

هذا وإن الانتشار الواسع لملكية أجهزة الراديو جاء نتيجة مباشرة لرخص سعره. كما أن الاستماع إلى الراديو لا يتطلب مهارات القراءة أو الكتابة إذا أخذنا في الاعتبار إرتفاع نسبة الأمية في المجتمع المصري. هذه العناصر تجعل الراديو أكثر وسائل الإعلام شعبية في مصر.

وإذا تأملنا الجدول ٩ (أ) نجد أن مدى الاستماع، المرتفع والمتوسط، إلى الراديو يقلل عمومًا، كلما زاد الدخل. حيث تبين مثلاً أن الاستماع المرتفع قد تناقص من ٢٦.١٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً وبلغ ١٤.٧٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنيهاً وأكثر.

وتبين أيضاً أن أعلى نسبة بين فئة الدخل من ٢٠ إلى ٢٩ جنيهاً شهرياً وقدرها ٤٨.٩٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع إلى الراديو.

ومن ناحية أخرى فإن الاستماع المنخفض يتزايد مع زيادة الدخل فقد بلغ ٢٣.٢٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً وأصبح ٥١.٩٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنيهاً وأكثر.

وقد يكون السبب المحتمل لهذه النتيجة أن أفراد العينة ذوي مستوى الدخل الأعلى قادرين أيضاً على شراء جهاز تليفزيون وجريدة يومية، وعليه يتقسم اهتمام كل منهم بين الوسائل المتعددة بدلاً من قصره على وسيلة إعلامية واحدة فقط.

كما أن التعليم قد يكون سبباً إضافياً لهذه النتيجة، إذ أنه من المألوف أن ذوي الدخل الأعلى تكون لديهم مستويات تعليمية أعلى، الأمر الذي يجعلهم يميلون إلى قراءة الصحف أكثر من الاستماع إلى الراديو.

#### الجدول رقم ٩ (أ)

##### الاستماع إلى الراديو ومستوى الدخل

المستوى المستوى*	لا يسمع	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أقل من ٢٠ جنيهاً	(٥.٨٪) ٨	(٢٢.٢٪) ٣٢	(١٤.٩٪) ٦٢	(٢٦.١٪) ٣٦	(١٠٠٪) ١٣٨
بين ٢٠ - ٢٩ جنيهاً	(-٪) -	(٢٧.٩٪) ١٢	(١٨.٩٪) ٢١	(٢٢.٢٪) ١٠	(١٠٠٪) ٤٣
بين ٢٩ - ٣٩ جنيهاً	(٥.٣٪) ٢	(٢٤.٢٪) ١٣	(٢٦.٨٪) ١٤	(٢٢.٧٪) ٩	(١٠٠٪) ٢٨
٤٠ جنيهاً فأكثر	(-٪) -	(٥١.٩٪) ١٤	(٢٢.٣٪) ٩	(١٤.٨٪) ٤	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالي	(١.١٪) ١٠	(٢٨.٩٪) ٧١	(٤٢.١٪) ١٠٦	(٢٢.٩٪) ٥٩	(١٠٠٪) ٢٤٦

(٥) لقد تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة من أجل توضيح المقارنة بين الفئات المختلفة.

(٥٥) الرقم الإجمالي لأفراد العينة ٢٤٦ وأحجم ٢ منهم عن الإجابة على السؤال بمستوى الدخل.

والتلفزيون هو وسيلة المشاهد "Spectator" التي لا يحتاج الجمهور فيها إلى أن يفعل شيئاً أكثر من المشاهدة والاستماع. ومع ذلك، فبسبب الثمن المرتفع لأجهزة التلفزيون فإننا نجد أن نسبة ملكيته في القرى نسبة منخفضة. حيث في الجدول رقم (٧) المتقسم نجد أن ١.٢٤٪ من أفراد العينة يمتلك هذه الأجهزة. ومن الجدول (٩ب) نجد أن نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون ظهرت على النحو التالي: ٥١.٥٪ من ذوي الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً، ٢٦.٢٪ من ذوي الدخل بين ٢٠-٢٩ جنيهاً شهرياً، ١٦.٢٪ من ذوي الدخل بين ٢٩-٣٠ جنيهاً شهرياً، ٣.٧٪ فقط من ذوي الدخل ٤٠ جنيهاً فأكثر شهرياً. وهذه النسب تبين أنه كلما ارتفع الدخل كلما

#### الجدول رقم ٩ (ب)

##### مدى التعرض إلى التلفزيون ومستوى الدخل

المستوى	لا يشاهد	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أقل من ٢٠ جنيهاً	(٥١.٥٪) ٧٠	(٣٧.٥٪) ٥١	(١٠.٣٪) ١٤	(٠.٧٪) ١	(١٠٠٪) ١٣٦
بين ٢٠ - ٢٩ جنيهاً	(٢٦.٢٪) ١١	(١٢.٨٪) ١٨	(١٩.١٪) ٨	(١١.٩٪) ٥	(١٠٠٪) ٤٢
بين ٢٩ - ٣٠ جنيهاً	(١٦.٢٪) ٦	(٥١.١٪) ٢٠	(١٦.٢٪) ٦	(١٣.٥٪) ٥	(١٠٠٪) ٣٧
٤٠ جنيهاً فأكثر	(٣.٧٪) ١	(١٨.٢٪) ١٣	(١٤.٨٪) ٤	(٢٣.٣٪) ٩	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالي	(٣٦.١٪) ٨٨	(١٢.١٪) ١٠٢	(١٢.٧٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٢٤٢

(٥) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ ولكن الحجم عينة منهم عن إجابة السؤال الخاص بمشاهدة التلفزيون ومستوى الدخل.

قلت نسبة غير المشاهدين، كذلك يبين الجدول أن من بين ذوي الدخل ٤٠ جنيهاً فلكثر شهرياً نسبة ٣٣.٢٪ تم تصنيفهم تحت المستوى المرتفع لمشاهدة التلفزيون وهذه النسبة تزيد على المستوى المرتفع من باقي الفئات الأخرى.

وعلى العكس من ذلك تماماً فإن أعلى نسبة بين ذوي الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً بلغت ١٠.٥٪ وهي تتمثل فيمن لا يشاهدون التلفزيون.

وقد يكون من أسباب ظهور البيانات المشار إليها أن ذوي الدخل المرتفعة نسبياً، قد يمتلكون أجهزة تلفزيون وبالتالي فإنه يمكن لهم مشاهدته برامجه بسهولة ومن ثم يرتفع مستوى تعرضهم، في حين أن ذوي الدخل المنخفضة، نسبياً، قد لا يمتلكون أجهزة تلفزيون، وبالتالي فإنه ليست لديهم الفرصة لمشاهدة التلفزيون في منازلهم أو أنهم يعتمدون في مشاهدته على الغير أي عن طريق المشاهدة الجماعية في الأماكن العامة أو في بيوت أسلافهم الأمر الذي يحد من مدى تعرضهم للتلفزيون.

#### الجدول رقم ١٠ (١)

مدى الاستماع الي الراديو مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة

المعرفة •	المدى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أمية	(٧٢٪)	١١	٣٧	٦٦	٣٩	١٠٠ (٪)
يعرفون القراءة والكتابة	(-٪)	-	٣٦	٤٠	٢٠	٩٩ (٪)
إجمالي	(٤.٤٪)	١١	٧٣	١٠.٦	٥٩	٢٤٩ (٪)

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة - في هذا الجدول وفي الجداول المتبعة - لأهمية ذلك في إجراء المقارنة بين الفئتين (يعرفون القراءة والكتابة أو أميون).

(٥٥) أضفنا عدد الذين يعرفون القراءة فقط (٢٣ فرد) إلى الأميين حتى نظهر المتضمنين وحيثهم (وهم الذين يعرفون القراءة والكتابة) مما يساعدنا على تحليل مصطلحي الإذاعة والبرامج المختلفة.

فإذا انتقلنا إلى مقارنة القراءة والكتابة والتعرض للوسائل الإلكترونية نجد أن الجدول رقم ١٠ (أ) بشأن الاستماع إلى الراديو ومعرفة القراءة والكتابة يبين أن نسبة ٢٥.٥٪ من الأميين من ذوي المستوى المرتفع للاستماع، بينما يقابلهم في ذات المستوى ٢٠.٨٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة. وعلى العكس، فعند المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبة الذين يعرفون القراءة والكتابة ٣٧.٥٪ في مقابل ٢٤.١٪ من الأميين أي أن الاستماع المنخفض بين الأميين أقل منه بين من يعرفون القراءة.

وعلى ذلك فيمكن القول أن الأميين يتعرضون إلى الراديو أكثر قليلاً من تعرض المتعلمين (الذين يعرفون القراءة والكتابة) له. وقد يكون السبب في ذلك أن من يعرف القراءة والكتابة يقسم أوقات التعرض لوسائل الإعلام بين الوسائل المطبوعة وبين الوسائل الإلكترونية.

الجدول رقم ١٠ (ب)

التعرض للتلفزيون مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة

المعرفة المستوى	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أميون	(٥٠٪) ٧٣	(٢٨.٤٪) ٥٦	(٦.٨٪) ١٠	(٤.٨٪) ٧	(١٠٠٪) ١٤٦
يعرفون القراءة والكتابة	(١٥.٥٪) ١٥	(١٨٪) ١٦	(٣٣٪) ٢٢	(١٣.٥٪) ١٣	(١٠٠٪) ٩٦
إجمالي	(٣٦.٤٪) ٨٨	(٤٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٢٢	(٨.٣٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٢٤٢

(\*) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩، أحجم سبعة من الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التلفزيون.

ويختلف الوضع فيما يتصل بالتعرض إلى التلفزيون ومعرفة القراءة والكتابة. فيوضح الجدول رقم ١٠ (ب) أن ٥٠٪ من الأميين لا يشاهدون التلفزيون في مقابل ١٥٪ فقط ممن يعرفون القراءة والكتابة. كما يظهر الجدول أيضاً أنه في كل المستويات، المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة للمشاهدة، ترتفع نسبة مدى مشاهدة من يعرفون القراءة والكتابة من الأميين. وكما هو معلوم فإن مشاهدة التلفزيون لا تتطلب مهارات القراءة والكتابة، إلا أن ظهور هذه البيانات قد يرجع إلى أن من

### الجدول رقم ١١ (أ)

#### الاستماع إلى الراديو مقارنة بالسن

السن	المدى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
السن بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(-٪)	٩	(٪١٦.٩)	(٪٤٣.٤)	(٪٣٩.٧)	(٪١٠٠) ٥٣
السن بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٪٢.٧)	٢	(٪٣٠.٦)	(٪٤١.٧)	(٪٢٥)	(٪١٠٠) ٧٢
السن بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٪٤.٨)	٢	(٪٣٠.١)	(٪٤٧.٦)	(٪١٧.٥)	(٪١٠٠) ٦٣
السن بين ٥٠ - ٥٩ سنة	(٪٧.٥)	٢	(٪٣٧.٥)	(٪٤٢.٥)	(٪١٢.٥)	(٪١٠٠) ٤٠
السن ٦٠ فأكثر	(٪١٤.٤)	٣	(٪٣٨)	(٪٢٨.٦)	(٪١٩)	(٪١٠٠) ٢١
إجمالي	(٪٤.٤)	١١	(٪٢٩.٤)	(٪٤٢.٥)	(٪٣٣.٧)	(٪١٠٠) ٢٤٩

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة.

يعرفون القراءة والكتابة لديهم أعمال أفضل ومستوى دخل أعلى وبالتبعية فإنهم يمتلكون أجهزة التليفزيون ومن ثم فإن مدى تعرضهم له يكون أكبر.

ومن المحتمل أن تكون العلاقة بين السن والتعرض للوسائل الإلكترونية واحدة من العلاقات الأكثر إثارة في كل سلوك الاتصال. ومن غير العسير أن نجد أن معظم المعجبين بالوسائل الإلكترونية من بين الشباب. إذ أنه كلما صغر سن الفرد قلت مسؤولياته الشخصية والاجتماعية وبالتالي فإنه يكون لدى هؤلاء الشباب وقت فراغ أكبر. ويبين الجدول رقم ١١ (أ) مدى الاستماع إلى الراييو مقارناً بالسن.

ويظهر أن نسبة المستمعين إلى الراييو «استماع مرتفع» من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة قد بلغت ٣٩.٧٪ وهي أعلى نسبة للاستماع المرتفع بين مختلف فئات السن.

كما يبين الجدول أن نسبة الاستماع المتوسط بلغت في فئة السن من ١٠-٤٩ سنة ١٧.٦٪ وهي تمثل أعلى نسبة للاستماع في هذه الفئة وهي غيرها من الفئات.

كذلك يبين الجدول أن أعلى نسبة في فئة السن ٦٠ سنة فأكثر قد بلغت ٢٨٪ وتم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع وهي أعلى من نسب المستوى المنخفض في فئات السن الأخرى.

كما يشير الجدول أيضاً، ويوضح، إلى أنه كلما زاد السن كلما زادت نسبة من لا يستمعون إلى الراييو.

ويعطي الجدول رقم ١١ (ب) بخصوص التعرض للتليفزيون مقارناً بالسن بيانات إحصائية مقارنة. حيث يظهر هذا الجدول أن نسبة ١٤٪، ١٨٪ من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوي المستوى المرتفع والمتوسط للمطاهدة على التوالي، هذا ويقل التعرض عن ذلك في فئات السن الأخرى. كما يبين الجدول أيضاً أن أعلى نسبة في فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة بلغت ١٠.٤٪ وأعلى نسبة في فئة السن بين ٤٠-٤٩ سنة بلغت ٢٩.٧٪ وهاتان النسبتان لذوي المستوى المنخفض للمطاهدة. كذلك يبين الجدول نفسه أن أعلى نسبة في فئة السن بين ٥٠-٥٩ سنة قد بلغت ٥٩٪ وأعلى نسبة في فئة السن ٦٠ سنة فأكثر بلغت ٥٥٪ وهما لمن لا يشاهدون التليفزيون.



ويمكن أن نستنتج مما تقدم أنه كلما كبر الناس في السن فإن وقتهم قد ينصرف إلى واجبات ومسئوليات، إما مفروضة عليهم أو مكلفين بها، مما يؤدي إلى انخفاض مدى تعرضهم للتلفزيون كما أن كبر السن قد يقلل من الرغبة للتعرض.

#### الجدول رقم ١١ (ب)

##### التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالسن

السن (٥)	المسئ	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
السن بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٪٢٨) ١٤	(٪١٠) ٢٠	(٪١٨) ٩	(٪١٤) ٧	(٪١٠٠) ٥٠	
السن بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٪٢٢,٩) ١٦	(٪١٥,٤) ٣٦	(٪١٥,٧) ١١	(٪١٠) ٧	(٪١٠٠) ٧٠	
السن بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٪٢٨,١) ٢٤	(٪٢٩,٧) ٢٥	(٪١٤,٣) ٩	(٪٨,١) ٥	(٪١٠٠) ٦٣	
السن بين ٥٠ - ٥٩ سنة	(٪٥٩) ٢٣	(٪٣٣,٣) ١٣	(٪٥,١) ٢	(٪٢,٦) ١	(٪١٠٠) ٣٩	
السن ٦٠ فأكثر	(٪٥٥) ١١	(٪٤٠) ٨	(٪٥) ١	(٪-) -	(٪١٠٠) ٢٠	
إجمالي	(٪٣٦,٤) ٨٨	(٪١٢,١) ١٠٢	(٪١٣,٧) ٢٢	(٪٨,٣) ٢٠	(٪١٠٠) (٥٥)٢٤٢	

(٥) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم سبعة منهم عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التلفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.

(٥٥) حسبنا النسب لكل فئة على حدة وأيس مجموعة اعينة لأهمية ذلك في حصر كل فئة وحدها.

أما عن الجنس فنجد أن اختلاف درجة تعرض الجنسين فيه يعتبر السمة المميزة لجمهور الوسائل الإلكترونية. ولكن كما سبق أن أوضحنا فإن نسبة النساء في عينة الاستماع في دراستنا لا تمثل عموم النساء في قرية قها.

لذلك فقد أعدنا هذا الجدول وباقي الجداول في هذا الكتاب لكي، تساعدنا في التمييز بين خصائص الجمهور، دون أن نفترض فيها أن تكون ممثلة لكل الجمهور بدرجة كاملة أو بنسبة ١٠٠٪.

هذا ويبين الجدول رقم ١٢ (أ) أن أعلى نسبة من النساء بلغت ٤١.٧٪ وهي تمثل المستوى المرتفع للاستماع. وهذا المستوى أعلى من المستوى المماثل له عند الرجال. ومن جهة أخرى، فإن الرجال في المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبتهم ٣٠.٤٪ وهي أعلى من مستوى الاستماع المماثل لدى النساء. ويعنى ذلك أن النساء أكثر تعرضاً للراديو من الرجال.

#### الجدول رقم ١٢ (أ)

مدي الاستماع الي الراديو مقارنا بالجنس

الجنس	المستوى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
رجال	(٤.٥٪)	٩	(٣٠.٤٪)	(١٥.٧٪)	(١٩.٤٪)	(١٠٠٪) ٢٠١
نساء	(٤.١٪)	٢	(٢٥٪)	(٢٩.٧٪)	(٤١.٧٪)	(١٠٠٪) ٤٨
إجمالي	(٤.٤٪)	١١	(٢٩.٣٪)	(٤٢.٦٪)	(٢٣.٧٪)	(١٠٠٪) ٢٤٩

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية تلك في المقارنة.

## الجدول رقم ١٢ (ب)

مدي التعرض الي التلفزيون مقارنة بالجنس

الجنس	المدي				
	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
رجال	(٢٩.٨٪) ٨٧	(١٠.٨٪) ٨٠	(١٢.٢٪) ٢٤	(٧.٢٪) ١٤	(١٠٠٪) ١٩٦
نساء	(٢١.٧٪) ١٠	(١٧.٨٪) ٢٢	(١٧.٥٪) ٨	(١٣٪) ٦	(١٠٠٪) ٤٦
إجمالي	(٣٦.٤٪) ٨٨	(١٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٢٢	(٨.٣٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٢٤٢

وبصفة عامة يتبين لنا مما تقدم أن مالكي أجهزة الراديو والتلفزيون أكثر استهلاكاً للوسائل الالكترونية، أي أكثر تعرضاً لها، من غير الملاك. كذلك فإن العمال أكثر استهلاكاً للوسائل الالكترونية من الفلاحين وغيرهم من نوى المهن الأخرى، والنساء أكثر في ذلك من الرجال، وبالإضافة إلى هذا فإن كمية الاستماع إلى الراديو (فترة الاستماع) تقل بزيادة الدخل والتعليم والسن ومن ناحية أخرى فإن كمية مشاهدة (فترة المشاهدة) التلفزيون تزيد كلما زاد المستوى التعليمي والدخل ولكن على غرار الراديو، فإن مشاهدة التلفزيون تقل كلما زاد السن.

إنّ يمكن القول أن بيانات المسح تؤكد أن تعرض الفرد إلى الوسائل الالكترونية يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية للفرد .

(٥) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم خمسة رجال وامرأتان عن الإجابة على السؤال

الخاص بالتعرض إلى التلفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.

(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

## مدى التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة:

نتناول فيما يلي مدى التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة، ويمكن القول، بالرجوع إلى بيانات الدراسة الميدانية، أن التعرض للصحف هو تعرض منخفض، وذلك بالمقارنة إلى التعرض للراديو والتلفزيون. وهو يدل على ارتفاع معدل الأمية نسبياً، إذ أن ١٣.٨٪ فقط من أفراد العينة، ١٠٩ فرد، يقرأون الصحف وأن ١٦.٥٪، ٤١ فرداً، يقوم الغير بقراءة الصحف لهم، أى أنهم يتعرضون بصورة غير مباشرة إلى الصحف بينما ٣٩.٧٪، ٩٩ فرد، لا يتعرضون إلى الصحف (جدول رقم ١٣).

هذا وقد وجد عوده، من الدراسة التي قام بها، أن ٢٤٪ يقرأون الصحف بانتظام، وأن ٤٢.٧٪ يقرأونها أحياناً، وأن ٣٣.٣٪ لا يقرأون الصحف، كما وجد أيضاً أن نسبة قراء الصحف منخفضة بوجه عام إذا قورنت بالاستماع إلى الراديو<sup>(١)</sup>.

وقد تم سؤال أفراد هيئة البحث الذى أجرى فى قها من مدى تعرضهم إلى الصحف، وماذا كانت طريقتهم فى الاستقبال، بمعنى هل يقرأون بأنفسهم مباشرة، أم أن الغير يقرأ لهم؟ كذلك تم سؤالهم عما إذا كان يشترون صحفهم. وقد قصرنا استنتاجنا فى هـا المجال على هؤلاء الذين تعرضوا للصحف سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

ولقد أظهرت بيانات المسح الذى أجريناه أن طريقة التعرض تحدد درجة قراءة الصحف كما ستوضحه فيما بعد.

ويظهر الجدول رقم ١٣ أن الذين يقرأون الصحف بأنفسهم، أى يتعرضون مباشرة، يمثلون ٧٢.٧٪ من المبحوثين، وأن ٤٤٪ تعرض مباشر عند المستوى المرتفع للقراءة، ١٧.٢٪ من ذوى المستوى المتوسط للقراءة، بينما أن ١١.٤٪ فقط

---

(١) عوده، المصدر السابق، ١٩٧١، ص ٢٢١.

من نوى المستوى المنخفض للقراءة. ومن ناحية أخرى فإن الذين يقرأ الغير لهم الصحف، أى يتعرضون للصحف بشكل غير مباشر، يمثلون ٢٧.٢٪، وأن ١٩.٢٪ يمثل تعرض مباشر عند المستوى المنخفض للقراءة، بينما ٢.٧٪ فقط من نوى المستوى المتوسط للقراءة وأن ٥.٢٪ فقط من نوى المستوى المرتفع للقراءة.

### الجدول رقم ١٣

#### مدى التعرض للصحف مقارناً بطريقة التعرض

الطريقة / المستوى	منخفض (٥)	متوسط (٥٥)	مرتفع (٥٥٥)	إجمالي
تعرض مباشر	(١١.٤٪) ١٧	(١٧.٣٪) ٢٦	(١٤٪) ٢٦	(٢٢.٧٪) ١٠٩
تعرض غير مباشر	(١٩.٢٪) ٢٩	(٢.٧٪) ٤	(٥.٢٪) ٨	(٢٧.٣٪) ٤١
إجمالي	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(١٩.٢٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٨٠

ولاختيار العلاقة بين مدى التعرض للصحف مقارناً بطريقة التعرض استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> الذى أظهر أن كا<sup>٢</sup> المحسوبة فى بيانات العينة كانت ٤٠.٠٢

(٥) منخفض = يقرأ الصحف مرة واحدة فى الأسبوع.

(٥٥) متوسط = يقرأ الصحف أكثر من مرة فى الأسبوع.

(٥٥٥) مرتفع = يقرأ الصحف كل يوم.

(١) يلاحظ أنه تبين من رتود الاستقصاء أن عدد الذين يمارسون القراءة فقط يبلغ ٢٣ منهم ثلاثة عشر يستطيعون القراءة مباشرة والباقي يتعرضون بطريقة غير مباشرة لأنهم يتبعون من القراءة كما أن ٣١ فرداً فقط من الأميين يتعرضون للقراءة بطريقة غير مباشرة.  
(هامش جدول رقم ٤).

(٢) كما تم استبعاد ٩٩ فرداً لعدم تعرضهم للصحف.

بينما كانت كا<sup>٢</sup> المجنولة لدرجتين حرية وعند مستوى معنوي ٠٠٥، تساوي ٠.٩٩ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي في مدى التعرض للصحف بين الذين يقرؤون الصحف بأنفسهم وبين الذين يقرأ الغير لهم.

وفي الحقيقة فإن نتائج الاستقصاء عن انخفاض درجة التعرض غير المباشر عن التعرض المباشر تتفق ومنطق الأمور، إذا أن إحتعاد الشخص في القراءة على آخرين أمر يصعب أن يتم يومياً وباستمرار، بعكس الحال في التعرض المباشر. ومن هنا نخلص إلى أن درجة التعرض إلى الصحف تتحد جزئياً بطريقة التعرض.

وعلاوة على ذلك أظهر المسح الذي أجرى في قها أن الذين يشترون الصحف هم الذين يقرأونها بانتظام. ويشير الجدول رقم ١٤، بشأن الملكية ومدى قراءة الصحف، إلى أن ٦٦٪ ممن يتعرضون إلى الصحف يشترونها (يمتلكونها). وأن ٤٦٪ من أفراد العينة الذين يشترون الصحف من ذوي المستوى المنخفض للقراءة، ١٤٪ من المستوى المتوسط للقراءة، ٦٪ من ذوي المستوى المرتفع للقراءة. كذلك يشير الجدول إلى أن ٣٤٪ لا يشترون الصحف ولكنهم يتعرضون لها سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وقد قالوا في ردهم أنهم يقرؤون في المكتبات أو في المقاهي أو أينما تحدث الجماعة. وهذا النوع من القراءة شائع في قري البلدان النامية الأخرى. وتوضح البيانات أن ٢٤.٧٪ من أفراد العينة الذين لا يشترون الصحف من ذوي المستوى المنخفض للقراءة، و٦٪ من ذوي المستوى المتوسط للقراءة. بينما تبلغ نسبة ذوي المستوى المرتفع للقراءة ٣.٢٪ فقط. ويمكن أن نستنتج من ذلك أن المشتري للصحف أكثر قراءة من غير المشتريين.

ولاختبار العلاقة بين ملكية الصحيفة ومدى التعرض للصحف، استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> الذي أظهر أن كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة كانت ٦٦.٥٧ بينما كانت كا<sup>٢</sup> المجنولة لثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠٠٥، تساوي ٠.٩٩١٤٧ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي في مدى التعرض للصحف بين من يمتلكون الصحيفة ومن لا يمتلكونها.

ومن ذلك يمكن أن نخلص إلى أن مدى تعرض الفرد للصحيفة يتحدد جزئياً بملكية الصحيفة.

#### الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض إلى الصحف :

أظهرت بيانات هذا المسح بخصوص قراءة القرويين للصحف أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه للوسائل المطبوعة.

#### الجدول رقم (١٤)

##### مدى التعرض للصحف مقارناً بالملكية

الملكية	المدى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
لا يملكون	(٢١.٧٪)	٣٧	(٦٪)	٥	(٢٤٪) ٥١
يملكون	(٦٪)	٩	(١٤٪)	٦٩	(٦٦٪) ٩٩
إجمالي	(٢٠.٧٪)	٤٦	(٢٠٪)	٧٤	(١٠٠٪) ١٢٠

فقد تبين فيما يتعلق بالمهنة وقراءة الصحف أن الفلاحين أقل تعرضاً للصحف من العمال أو غيرهم من نوى المهن الأخرى، ويرجع ذلك إلى النسبة العالية للأمية بين الفلاحين. فبالرجوع للجدولين رقمي ١٥.٣ نجد أن ١٥.٥٪ من الفلاحين، ٦٥ فرداً، لا يتعرضون للصحف، بينما أن نخلائهم من العمال تبلغ نسبتهم ٢٢.٧٪.

(٥) تم استبعاد ٩٩ فرداً من العينة لأنهم لا يتعرضون للصحف.

٢٠ فرداً، ومن الآخرين ٢٢.٦٪، ١٤ فرداً، وطالما أن تركيزنا على الذين يتعرضون للوسائل المطبوعة، فقد استبعدنا غير المتعرضين من جدولنا. ويوضح الجدول رقم ١٥ أن ٥٥.٩٪ من الفلاحين المتعرضين للصحف من نوى المستوى المنخفض للقراءة، وأن ٢٠.٦٪ من نوى المستوى المتوسط، ٢٣.٥٪ من نوى المستوى المرتفع، وبالنسبة للعمال فإن أغلبهم من نوى المستوى المرتفع للقراءة بنسبة ٤٥.٦٪، كذلك فإن النسبة الكبرى لفئة «آخرون» هي لنوى المستوى المرتفع وقد بلغت ٧٢.٩٪.

وهناك عدة أسباب لظهور نتيجة الاستقصاء بهذا الجدول، فعلى سبيل المثال نجد أن المزارعين والفلاحين يعودون إلى ديارهم بعد يوم عمل شاق يبحثون عن الراحة والترفيه، الأمر الذي يجدونه في الاستماع إلى الراديو، مثلاً، وبالتالي فإن درجة تعرضهم للصحف تكون أقل.

### الجدول رقم (١٥)

#### التعرض للصحف مقارنة بالمهنة

المهنة \ المستوى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
فلاحون	(٥٥.٩٪) ١٩	(٢٠.٦٪) ٧	(٢٣.٥٪) ٨	(١٠٠٪) ٢٤
عمال	(٢٩.٤٪) ٢٠	(٢٥٪) ١٧	(١٥.٦٪) ٢١	(١٠٠٪) ٦٨
آخرون	(١٤.٦٪) ٧	(١٢.٥٪) ٦	(٧٢.٩٪) ٢٥	(١٠٠٪) ٢٨
إجمالي	(٢٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٢٠	(١٩.٢٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٤٠

(٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.

(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية تلك في المقارنة.



وانما يتعلق بالحالة الاقتصادية والتعرض للصحف يوضح الجدول رقم ١٦ أنه كلما تحسرت الحالة الاقتصادية كلما زاد التعرض المرتفع عن باقي أنواع التعرض والعكس صحيح غالباً. فالنسبة لنوى الدخل ٤٠ جنيه فأكثر شهرياً يتعرض معظمهم (٧٠.٤٪) بالمستوى المرتفع وأن نوى الدخل أقل من ٢٠ جنيه فإن أكثرهم (٤٧.٤٪) بالمستوى المنخفض .

**الجدول رقم (١٦)**  
**التعرض للصحف مقارناً بالدخل**

الدخل	المدى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
أقل من ٢٠ جنيه شهرياً	(١٧.٤٪)	٢٨	١٠	٢١	(١٠٠٪) ٥٩
بين ٢٠-٢٩ جنيه شهرياً	(١٨.٢٪)	٦	١٠	١٧	(١٠٠٪) ٣٣
بين ٣٠-٣٩ جنيه شهرياً	(٣٢.٣٪)	١٠	٤	١٧	(١٠٠٪) ٣١
٤٠ جنيه فأكثر شهرياً	(٧.٤٪)	٢	٦	١٩	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالي	(٣٠.٧٪)	٤٦	٢٠	٧٤	(١٠٠٪)(٥٥) ١٥٠

ومعرفة القراءة والكتابة تلعب دوراً كبيراً فيما يتعلق بمدى التعرض للوسائل المطبوعة. فإذا نظرنا إلى الجدول رقم ١٧ نجد أن معرفة القراءة والكتابة تمكن الفرد

- (٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.  
(٥٥) تم حساب النصب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

من الحصول على مستوى عال مرتفع من التعرض للوسائل المطبوعة. ذلك أن ٦٦.٧٪ من أفراد العينة الذين يقرأون ويكتبون، يقرأون الصحف يومياً بدرجة مرتفعة. وأن ٢٣.٢٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة من ذوي التعرض المتوسط للصحف بينما ١٠.١٪ فقط من ذوي التعرض المنخفض للصحف. في حين أن ٧٠.٦٪ من الأميين من ذوي المستوى المنخفض للتعرض للصحف. وأن ٢٩.٤٪ فقط من ذوي المستوى المتوسط والمرتفع للتعرض للوسائل المطبوعة. ويحتمل أن تكون نتيجة الاستقصاء هذه وأيدة الصعوبة التي قد يعانيها الأميون في إيجاد شخص يقرأ لهم الصحف بصفة منتظمة أو في أوقات معينة كل يوم.

### الجدول رقم (١٧)

#### التعرض للصحف مقارناً بالقراءة والكتابة

المعرفة (٥)	المستوى			
	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥٥)
أميون	(٧٠.٦٪) ٣٦	(١٣.٧٪) ٧	(١٥.٧٪) ٨	(١٠٠٪) ٥١
يعرفون القراءة والكتابة (٥٥)	(١٠.١٪) ١٠	(٢٣.٢٪) ٢٣	(٦٦.٧٪) ٦٦	(١٠٠٪) ٩٩
إجمالي	(٢٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

(٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرضون للصحف.

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية تلك في المقارنة.

(٥٥) أضيفنا إلى الذين يعرفون القراءة والكتابة ثلاثة يقرأون ولكنهم يكتبون بدرجة ضعيفة.

(يرجع إلى الملاحظة على الجدول رقم ٤) حتى نجمع كل من يمكنه الكتابة لاستبيان العلاقة

على أساس شامل.

وبالنسبة للسكن ومدى التعرض للصحف يستل من الجدول رقم ١٨ أن هناك تقارب، نسبي، في درجات القراءة بين مستويات السن المختلفة، إلا أنه يمكن ملاحظة انخفاض المعدلات المرتفعة لقراءة الصحف بعد سن ٤٩ سنة. فنجد أن في فئة السن بين ٤٠-٤٩ سنة ٥٥.٥٪ يقرأون الصحف بمستوى مرتفع (أي يومياً)، وأن درجة القراءة هذه تنخفض إلى ٤٧.١٪ بعد سن ٥٠ سنة. وكذلك يظهر الجدول أن ٢٤.٥٪ من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوي المستوى المنخفض للتعرض للصحف. أما فئات السن الأخرى فإن درجة تعرضها المنخفض أقل من ذلك.

ومن ثم فإنه يمكن القول بأن درجة القراءة ترتفع إلى حدود معينة، كلما ارتفع السن.

**الجدول رقم (١٨)**  
**التعرض للصحف مقارناً بالسن**

السن	المدي	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٢٤.٥٪)	١٠	٦	١٣	٢٩ (١٠٠٪)
بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٢٩.٤٪)	١٥	١١	٢٥	٥١ (١٠٠٪)
بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٣٠.٦٪)	١١	٥	٢٠	٣٦ (١٠٠٪)
٥٠ سنة فأكثر (٥)	(٢٩.٤٪)	١٠	٨	١٦	٣٤ (١٠٠٪)
إجمالي	(٣٠.٧٪)	١٦	٣٠	٧١	١١٧ (١٠٠٪)

(٥) أدمجنا فئتي السن (٥٠-٥٩). (١٠ فأكثر) مما حيد أن فئة (١٠ فأكثر) قليلة العدد، ولإحداث توازن مع أعداد باقي الفئات ومن ثم أصبحت الفئة (٥٠ فأكثر).

ومقارنة درجة القراءة والجنس، يتضح من الجدول رقم ١٩ أن الذكور أكثر قراءة من الإناث، وبهنا إعادة التنويه بأن هذا الجدول يحسن ألا يعتمد عليه كأساس لإيجاد مقارنة حقيقية بين الذكور والإناث، للأسباب السابق ذكرها بشأن تمثيل النساء في العينة، ومع ذلك فهي مجرد محاولة للمقارنة بين أرباب الأسر ورياتها.

**الجدول رقم (١٩)**  
**التعرض للصحف مقارناً بالجنس**

الجنس*	المدى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (هـ)
ذكور		(٪٢٨.٧) ٢٥	(٪١٩.٧) ٢٤	(٪٥١.٦) ٦٣	(١٠٠٪) ١٢٢
إناث		(٪٢٩.٢) ١١	(٪٢١.٥) ٦	(٪٢٩.٣) ١١	(٪١٠٠) ٣٨
إجمالي		(٪٣٠.٧) ٤٦	(٪٢٠) ٣٠	(٪٤٩.٣) ٧٤	(٪١٠٠) ١٥٠

ويظهر الجدول أن أكبر عدد من الذكور من المستوى المرتفع للقراءة (٪٥١.٦) يقابله عدد أقل من الإناث (٪٢٩.٣). كما أن مدى التعرض المنخفض للقراءة في الذكور أقل منه في النساء.

وعلى ضوء البيانات المتقدمة، يمكن أن نخلص إلى ما يلي:

لقد وجدنا، بصفة عامة، أن من يمتلكون (يشتركون) الصحف أكثر قراءة لها من غير المالكين، وأن كمية (فترة) القراءة تتزايد بزيادة السن، والتعليم، والحالة الاقتصادية.

(هـ) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرضون للصحف.

(هـهـ) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

كما أن القراءة تتزايد بسرعة حتى تصل إلى ثورتها في سن ما بين الأربعين والخمسين، ثم تتناقص بعد ذلك بصورة مطيفة. وكذلك فإن العمال أكثر قراءة من الفلاحين، والذكور أكثر قراءة من الإناث.

ومن ثم يمكننا القول بأن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال، خاصة أو عامة، مباشرة أو غير مباشرة، وبالوسيلة المستخدمة سواء كانت الراديو أو التلفزيون أو الصحافة، وبالخصائص الخلفية للفرد مثل الملكية والمهنة ومستوى الدخل ومعرفة القراءة والكتابة والسن والجنس.

### **بيانات مقارنة بشأن التعرض لبعض وسائل الاعلام :**

هذا وهناك ثلاث دراسات أخرى تعطينا بيانات مقاربية عن تعرض القرويين لوسائل الإعلام. وقد أجريت إحداها في عام ١٩٥٦ والأخرى في عام ١٩٦٠، وكلتاهما في قرى المنوفية بالدلتا. وأما الثالثة فقد أجريت في عام ١٩٦٧ في قرية شبرا الجديدة.

ومع أنه هناك اختلاف في ظروف الدراسات الأربع سواء من ناحية عدد وتشكيل أفراد العينة، أو خصائص ومعدات أهل القرية.. إلخ إلا أنها تظهر أن هناك زيادة في ملكية الراديو بين سنوات ١٩٥٦، ١٩٧٥ متماشية في ذلك مع الاتجاه القومي والعالمي. وبالرغم من عدم وجود اتجاه واضح في أرقام قراءة الصحف في القرى، إلا أننا نلاحظ إنخفاضاً إلى حد ما في الاتجاه الخاص بمن يستمعون إلى غيرهم ممن يقرءون الصحف لهم.

وفيما يلي بيان مقارنة لنتائج هذه الدراسات:

(١)	شاهيناز طلعت	هاريك (٢)	مليك (٢)	الخطيب (١)	تعرض القرويين لوسائل الإعلام خلال سنة
١٩٧٥ - ٧٤	١٩٦٧	١٩٦٠	١٩٥٦		
%٩٦	%٩٧	%٧٧	%٥٥		نسبة مستمعي الراديو
%٩٤	%٦١	%١٧	-		نسبة ملاك الراديو
%٤٣	%٣١	%٤٣	%٢٠		نسبة قراء الصحف (تعرض مباشر)
%١٦	%١٧	%١٨	-		نسبة من يستمعون إلى آخرين يقرأون الصحف لهم (تعرض غير مباشر)

### ردود الفعل تجاه وسائل الإعلام :

بعد أن عرضنا لأهم الجوانب المتعلقة بإجراءات ووسائل الدراسة الميدانية يهمننا أن نسأل ماذا كان رد فعل القرويين تجاه وسائل الإعلام؟.. يمكننا هنا الافتراض بأنه بينما لوسائل الإعلام مخرجات ضخمة إلا أن استهلاك الفرد العادي لها - كما هو واضح من تفصيله بعض البرامج على غيرها - هو مجرد عملية اختيارية.

وقد تم سؤال أفراد عينة مسح قها أن يذكروا نوع البرنامج الذي يفضلون

(١) El Khatib, 1958, op. cit., pp. 357 - 363.

(٢) ملوك: الجماعات والقبائل في قرية عربية مرس البيان، مصر، ١٩٦٣، الصفحات ٦٢ - ٦٣.

(٣) Harik, 1974, op. cit., p. 140.

(٤) علامة - تعني أنه لم يذكر أي رقم من هذا البيان ومن ثم فإنه لم يتضح فيما إذا كان لم ترد ردود من العينة أو كانت ردودهم بالرفض.

الاستماع إليه أو مشاهدته عن طريق الوسائل الالكترونية، والأبواب التي يفضلون قراءتها في الصحف.

ويبين الجدول رقم ٢٠٥، ما أوضحناه سلفاً، أن ما يختاره جمهور وسائل الإعلام ويهتم به يمكن تفسيره جزئياً بنوع الوسيلة المستخدمة، فالبرامج الدينية تجذب انتباه المجموعة الأعظم من جمهور الراديو والتلفزيون، بينما تجيء هذه الأبواب أو المقالات الدينية في المرتبة السابعة بالنسبة لقارئ الصحف.

وتحتل البرامج والمقالات السياسية المرتبة الأولى في الصحف<sup>(١)</sup> والثانية في الراديو والتلفزيون. وهذا التفضيل العريض للفقرات السياسية في كل وسائل الإعلام يعكس ميل القرويين إلى الانفتاح على العالم الخارجى وأنهم ليسوا منعزلين في مجتمعهم.

وقد احتلت المشاكل الاجتماعية المرتبة الثالثة بين برامج الراديو والتلفزيون والمرتبة الثانية بين الوسائل المطبوعة (الصحف). وهذا الاهتمام بالذات له مغزى اجتماعى وسياسى. وذلك لأن شغل وقت الفراغ قد يكون له تأثير تكاملى على مجتمع القرية. وقد تكون المشاكل الاجتماعية التي تعرضها وسائل الإعلام نوعاً من التعليم (تعليم بديل) "Vicarious" للقرويين، حيث قد توصل، لهم، الرسائل الظاهرة "Overt" لاي برنامج كثيراً من المعانى الخفية "Covert". وعندما يملأ القرويين وقت الفراغ في التعرض لوسائل الإعلام، فإن قادة الراى يكونوا بذلك قد نقلوا إليه قيما جديدة. إذ أن القرويين يستوعبون الأفكار الجديدة بطريقة لا شعورية، غالباً، وهم يشاهدون المسرحيات والأفلام والمنوعات التي يعرضها التلفزيون. وعلى سبيل المثال، قدم التلفزيون إلى جماهير الريف مشاهد من حياة المدينة التي تعكس، ضمن أشياء أخرى، إتجاهاً تحررياً في علاقة الرجل بالمرأة سواء فيما قبل الحياة الزوجية أو أثناءها.

(١) يؤكد هذا الراى ما كتبه مليك في عام ١٩٦٢، المصدر السابق، ص ٦٨، والخطيب ١٩٥٨،

في المصدر السابق ص ٢٥٩، Harik في عام ١٩٧٤ في المصدر السابق ص ١٤١.

هذا ويسهم تنظيم وقت الفراغ بواسطة وسائل الإعلام كأحد جوانب التغيير الثقافي فيما يلي:

١ - تحقيق الأنماط الثقافية الموحدة في كل أنحاء الدولة.

٢ - وصل الفجوة بين المجتمعات المحلية والقومية.

٣ - نشر الرسائل السياسية والأيديولوجية<sup>(١)</sup>.

هذا ويمكن أن نستنتج من الدراسة الميدانية نتيجة أخرى ذات دلالة مؤداها أن البرامج الريفية المصممة خصيصاً لجمهور القرى لا تلقى قبولا كبيراً، فالبرامج الريفية احتلت المرتبة الرابعة بين برامج الراديو، والمرتبة الخامسة بين برامج التلفزيون، والمرتبة السادسة بين أبواب الصحافة. وهذا الترتيب يدل، بالإضافة إلى ما ذكرناه، على أن أفضليات القرويين لا تختلف كثيراً عن أفضليات سكان الحضر.

وقد قرر من يتتبعون الأخبار الريفية أنهم يفعلون ذلك بغرض معرفة السياسة الزراعية القومية واتجاهات أسعار المحاصيل أكثر من استهدافهم تعلم طرق جديدة في مجال الزراعة.

ومن النتائج الهامة والمشوقة أيضاً، أنه بالرغم من الجهود التي بذلتها الدولة لبدء حملة تنظيم الأسرة وحملة مكافحة الأمية، فإن هاتين الفقرتين قد احتلتا ذيل قائمة أفضليات الجمهور، وسوف نناقش هذا الموضوع، بصورة أكثر تفصيلاً، فيما بعد عندما نتناول هاتين المشكلتين.

وقد ظهر بوضوح من هذا الجزء من الدراسة الميدانية، أنه في كل الوسائل الثلاث، احتلت البرامج الخاصة بالمشاكل الوبائية والسياسية مرتبة مرتفعة وتلتها البرامج الخاصة بالمشاكل الاجتماعية والبرامج الدينية.

---

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 141.



## الجدول رقم (٢٠)

### أفضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الابواب والبرامج	الرسائل	الرايبر	التلفزيون	المصحف
الاخبار السياسية والعالمية والاخبار المحلية	٨٦ (٢٦.١٪)	٤٠ (٢٦.١٪)	٨٢ (٥٥.٢٪)	
المشاكل الاجتماعية	١٦ (٦.٧٪)	١٦ (١٠.٤٪)	٣١ (٢٠.٧٪)	
تنظيم الأسرة	٥ (٢.١٪)	٤ (٢.٦٪)	٢ (١.٣٪)	
اخبار العمال	٢ (٠.٨٪)	٣ (٢٪)	٥ (٣.٣٪)	
الاخبار الزراعية	٨ (٣.٤٪)	٧ (٤.٥٪)	٥ (٣.٣٪)	
الاخبار الثقافية والتعليمية	-	٧ (٤.٥٪)	١٠ (٦.٧٪)	
الاخبار الدينية	١٠٨ (٦٥.٤٪)	٥٩ (٣٨.٣٪)	٣ (٢.١٪)	
مكافحة الامية	٥ (٢.١٪)	٤ (٢.٦٪)	٢ (١.٣٪)	
برامج أخرى (الفن والترفيه)	٨ (٣.٤٪)	١٤ (٩.١٪)	٩ (٦٪)	
إجمالي (هـ)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

والاسباب التي ابداهها افراد العينة لأفضلياتهم، كما يظهرها الجدول رقم ٢١، تعكس نمطاً سياسياً واضحاً واهتماماً اجتماعياً في القرية، وتعرضاً لطرق جديدة للحياة، وتطوراً من المستوى الفردي إلى المستوى القومي وإلى المستوى الدولي.

وملاوة على ذلك، فإن الاسباب التي ابداهها افراد العينة بشأن أفضلياتهم

(هـ) اقتصر الرد على السؤال الخاص بأفضليات البرامج والمقالات على الأفراد الذين يتعرضون لرسائل الإعلام وهم مستمعو الرايبر ٢٣٨ فرد ومشاهدوا التلفزيون ١٥٤ فرد وقراء المصحف ١٥٠ فرد.

تعكس الرغبة من جانبهم في المشاركة في توجه نشاط الحياة وفي مشاكلها. وأن وسائل الإعلام لا تعنى بالنسبة لهم مجرد وسيلة للتسلية فقط وإنما هي أساساً وسيلة للتزود بالمعرفة وتحسين ظروف المجتمع. ويشير الجدول رقم ٢١ إلى أن أكبر عدد من مشاهدي التلفزيون، بنسبة ٦٠.٤٪، صرحوا بأن أهم أسباب تفضيلهم برامج على برامج أخرى هو أن البرامج المفضلة تبين لهم طرقاً جديدة للحياة. بينما نجد أن أكبر عدد من مستمعي الراديو، بنسبة ٧٥.٢٪، وأكبر عدد من قراء الصحف، بنسبة ٦٨.٧٪، صرحوا بأن أهم أسباب تفضيلهم برامج على برامج أخرى هي أنها تعطيهم معلومات جديدة.

### الجدول رقم (٢١)

#### أسباب افضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الأسباب	الابواب والبرامج		
	التلفزيون	الراديو	الصحف
لأنها تبين لنا طرقاً جديدة للحياة	٩٢ (٦٠.٤٪)	٣٠ (١٢.٦٪)	٣٩ (٢٦٪)
تعطي معلومات جديدة	٤٤ (٢٨.٦٪)	١٧٩ (٧٥.٢٪)	١٠٣ (٦٨.٧٪)
تعالج المشاكل اليومية	٣ (١.٩٪)	٢٧ (١١.٤٪)	٢ (١.٣٪)
طريقة	١٢ (٧.٨٪)	١ (٠.٤٪)	٢ (١.٣٪)
للتسلية	٢ (١.٣٪)	١ (٠.٤٪)	٤ (٢.٧٪)
أسباب أخرى	-	-	-
إجمالي (٦)	١٥٤ (١٠٠٪)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستمعي الراديو ومشاهدي التلفزيون وقراء الصحف.

وبالنسبة لدى مساهمة وسائل الإعلام (الراديو والتلفزيون والصحافة) في تعليم الجمهور، أظهر الجدول رقم ٢٢ إيجابية كاملة في هذا الموضوع حيث تراوحت إجابات أفراد العينة بين ٩١٪-٩٤٪ بأنها مفيدة في التعليم. كما قرر أفراد العينة أنهم يتعلمون فعلا مما يرون أو يسمعون أو يقرأون في وسائل الإعلام، وهذا الإلهاء يؤكد للمرة الثانية دور الإعلام في عملية التعليم ونشر المعلومات.

### الجدول رقم (٢٢)

#### التعلم من وسائل الاعلام

البيان	الوسيلة		
	الراديو	التلفزيون	الصحف
يتعلم	٢٢٤ (٩٤.٧٪)	١٤٥ (٩٤.٢٪)	١٣٧ (٩١.٤٪)
لا يتعلم	١٤ (٥.٨٪)	٩ (٥.٨٪)	١٣ (٨.٦٪)
إجمالي (٥)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)

وحول مساهمة وسائل الإعلام في إرضاء رغبات الناس، يظهر الجدول رقم ٢٣ أن ٦٩.٧٪ من مستمعي الراديو، ٥٩.٣٪ من مشاهدي التلفزيون، ١٣.٣٪ من قراء الصحف يرون أن وسائل الإعلام ترضى رغبات الناس. كما يبين الجدول بعض المؤشرات المثيرة الهامة عن وسائل الاتصال والمعلومات التي تقدمها.

هذا وتحديد طبيعة ووظيفة كل وسيلة المعلومات أو المخرجات المتوقعة المحصول عليها منها. وعلى سبيل المثال فإنه لأهمية التلفزيون كوسيلة تعرض المعلومات المفيدة لـ ١٤.٢٪ من المشاهدين أنه تنقصه المعلومات المفيدة، وهي ثالث

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستمعي الراديو ومشاهدي التلفزيون وقراء الصحف.

النسب الكبيرة من إجابات العينة، في حين قلت النسبة للراييو والصحافة (٢,٥ ٪، ٧,٠ ٪ على التوالي).

كذلك نجد أن ١٧,٥ ٪ من مشاهدي التلفزيون يرون افتقار برامجهم إلى المعلومات السياسية بينما لا تتجاوز نسبة من يرون نفس الشيء من قراء الصحف ٧,٠ ٪ ومن مستمعي الراييو ٢,١ ٪. ويعني هذا أن كلا من الصحافة والراييو قد استخدمنا الأفكار السياسية في حين أن التلفزيون، وهو الوسيلة الإعلامية الأحدث، ليس قادر على القيام بهذه المهمة.

**الجدول رقم (٢٣)**  
**وسائل الاعلام ولرضاء رغبات الجمهور**

الوسيلة	الراييو	التلفزيون	الصحف
إرضاء الرغبات			
نعم ترضى رغبات الناس	١٦٦ (٦٩,٧ ٪)	٩١ (٥٩,٣ ٪)	٩٥ (٦٣,٣ ٪)
يتقصها معلومات زراعية	٤ (١,٧ ٪)	٧ (٤,٥ ٪)	٤ (٢,٦ ٪)
يتقصها معلومات سياسية	٥ (٢,١ ٪)	٢٧ (١٧,٥ ٪)	١ (٠,٧ ٪)
يتقصها معلومات مهنية وعالية	٤ (١,٧ ٪)	٣ (١,٩ ٪)	١٠ (٦,٧ ٪)
يتقصها أخبار خارجية من العالم	-	-	-
يتقصها الرأي السريع	-	-	٣٦ (٢٤ ٪)
يتقصها معلومات ثقافية وشعر وأدب	٤ (١,٧ ٪)	-	٢ (١,٣ ٪)
يتقصها معلومات دينية	٤٩ (٢٠,٦ ٪)	٤ (٢,٥ ٪)	١ (٠,٧ ٪)
يتقصها الموضوعات المفيدة	٦ (٢,٥ ٪)	٢٢ (١٤,٢ ٪)	١ (٠,٧ ٪)
إجمالي (٥)	٢٢٨ (١٠٠ ٪)	١٥٤ (١٠٠ ٪)	١٥٠ (١٠٠ ٪)

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستمعي الراييو ومشاهدي التلفزيون وقراء الصحف

كذلك يمكن أن يفسر رأي ٢٠.٦٪ من أفراد العينة أن الراييو يفتقر إلى المعلومات البيئية على أن الصحافة والتلفزيون تعتبر أدوات أفضل لهذه المهمة . وتجدر بعض هذه النتائج تأييدا من جانب بعض الباحثين في هذا الميدان مثل ليرنر "Lerner" ومثل بول "Pool" (١) . إذا يعتقد كلاهما أن الراييو أداة سياسية مؤثرة بينما أن التلفزيون سيستمر النظر إليه لفترة من الوقت ، على أنه وسيلة للتسلية.

هذا وقد أظهرت بيانات المسح عن قضاة حقائق أخرى ممتعة وتتاقص مع المخاوف التي أرجعها الكثيرون إلى التأثير السيئ لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون. فقد بينت الأرقام في الجدول رقم ٢٤ أن حوالي ٨٥.٢٪ يوافقون على أن تأثير التلفزيون على جماهيره حسن وحسن إلى حد ما وحسن جدا وذلك في مقابل ٢٪ فقط يعتقدون أن هذا التأثير سيئ وسيئ إلى حد ما وسيئ جدا. بينما صرح ٢.٥٪ بأن التلفزيون غير ذي تأثير. وقال ١٠.٢٪ أنهم لا يعرفون إذا كان للتلفزيون أي أثر. ومن بين مستمعي الراييو يعتقد ٩٦.٢٪ بأن الراييو تأثير حسن على جمهوره، بينما يعتقد ٢٪ أن هذا التأثير ضار (٢)، وقال ١.٧٪ أنهم لا يعرفون. أما بالنسبة لقراء الصحف فإن ٨٥.٢٪ قالوا أن الصحافة مفيدة لقراءها بينما قال ٢.٢٪ أنها ضارة (٣)، وقال ٠.٤٪ أنها غير ذات أثر، وصرح ١٢.١٪ بأنهم لا يعرفون.

وتوضح هذه الأرقام ثقة الناس في وسائل الإعلام وإيمانهم بها. وهذه النتيجة تجعل الأمر سهلا على الحكومة وأجهزتها في أن تسخر التغيير الموجه من أجل التنمية. كما أنها تلقى بمسئوليات إضافية على وسائل الإعلام ذاتها. وقد يكون بحثنا هذا اختباراً لمدى فاعلية وسائل الإعلام في الإسهام في عملية التنمية إذ ما أخذناه في إعتبارنا واستخدمنا بياناته واستنتاجاته على المشروعات التي تستهدف التنمية الاجتماعية في مصر.

---

(1) See Lerner, 1958, op. cit., p.213.

See Pool, 1963, op. cit., p. 234.

(١) تأثير حسن نعني به هنا تأثير حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، وتأثير ضار نعني به تأثير سيئ وسيئ إلى حد ما وسيئ جداً.

(٢) نقصد بـمفيدة أن تأثيرها حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، ونقصد بـضارة أن تأثيرها سيئ وسيئ إلى حد ما وسيئ جداً.

تظهر بيانات مسح قضا الثقة التي لولها أفراد العينة لوسائل الإعلام كإداة للتنمية. وهذه الثقة بمثابة شهادة في صف الحكومة إذ هي التي تنظم - وإن كان من بعيد - ممارسة وسائل الإعلام لنورها. ولدراسة دور وسائل الإعلام في التنمية، فقد اقتصرنا في بحثنا هذا على وسائل الصحافة والراديو والتلفزيون، حيث الحكومة تنظم بعض أعمالها من ناحية تعيين بعض المسؤولين من إدارتها مثلاً، كما أن كل برامج ومشروعات التنمية القومية تخضع للحكومة من ناحية أخرى.

#### الجدول رقم (٢٤)

##### تأثير وسائل الإعلام على جمهورها

الوسيلة	الراديو	التلفزيون	الصحف
حسن	١٤٩ (٥٩.٨٪)	١٤١ (٥٨٪)	١٣٧ (٥٩٪)
حسن جداً	١٧ (٦.٨٪)	٣٤ (١٤٪)	١٥ (٦.٥٪)
حسن إلى حد ما	٧٤ (٢٩.٧٪)	٣٢ (١٣.٧٪)	٤٦ (١٩.٨٪)
سيء	٢ (٠.٨٪)	٢ (١.٢٪)	٢ (٠.٩٪)
سيء جداً	٢ (٠.٨٪)	١ (٠.٤٪)	٢ (٠.٩٪)
سيء إلى حد ما	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٤٪)
ليس له تأثير	-	٦ (٢.٥٪)	١ (٠.٤٪)
لا أعرف	٤ (١.٧٪)	٢٥ (١٠.٣٪)	٢٨ (١٢.١٪)
إجمالي (٥)	٢٤٩ (١٠٠٪)	٢٤٣ (١٠٠٪)	٢٣٢ (١٠٠٪)

هذا ونكرر هنا ما سبق أن أوضحناه من أننا استبعدنا وسيلتين أخريين من وسائل الإعلام من خطة بحثنا وهما السينما والكتاب، مع أن لهما خطورتها المعروفة وأثرهما الكبير في التنمية ولكن في مجال آخر أكثر من ارتباطه بمجال قرية من

(٥) تم طرح هذا السؤال على كل أفراد العينة ولكن لم يجب ٦ أفراد على السؤال الخاص بتأثير التلفزيون ولم يجب ١٧ فرداً على السؤال الخاص بتأثير الصحافة.

القرى المصرية. وقد يكون هذا المجال هو المدينة أو عاصمة المحافظة أو عاصمة الدولة كلها، حيث يزايد إقبال الجماهير على مشاهدة الأفلام الطويلة المصرية والأجنبية، وحيث يقبل الناس في غالبيتهم على اقتناء الكتاب وقراءته.

ومما لا شك فيه أن التعرض للسينما في القرى المصرية ضعيف إلى حد كبير، بسبب افتقار معظمها إلى الكهرباء وإذا تذكرنا هنا قوافل السينما المتحركة فإننا نجد أنها لا تقدم عروضها إلا على فترات طويلة ومتباعدة. وحتى إذا ما قدمت هذه القوافل لو نور العرض بعض الأفلام التسجيلية التي يمكن أن تساعد في التنمية فإننا نجد أن أثر هذه الأفلام ضئيل ولا يساعد في الفاعلية التامة للدراسات التي تجرى في هذا المجال.

وأما عن الكتاب فمن البديهي أنه على الرغم من خطورته كوسيلة هامة من وسائل الإعلام إلا أن لا قيمة له على الإطلاق في معظم القرى، حيث قد تتراوح نسبة الأمية بين ٩٥.٧٠ ٪ في كثير من القرى .

#### النشر المباشر للرسائل الإعلامية:

إن إيلاخ الأصفياء بمضمون الرسائل الإعلامية التي لم يروها أو يسمعها بأنفسهم يعتبر عادة من العادات الاجتماعية الشائعة التي تزيد في تدعيم قدرات الرسالة الأصلية<sup>(١)</sup>.

وتشير بعض الدراسات السابقة والبحوث التي أجريت على مجموعات صغيرة إلى أن الرسائل تنقل غالباً بين الأفراد عبر خطوط إجتماعية، بمعنى أنها تنتقل بين الأصفياء ذوي الاهتمامات الواحدة وذوي الآراء الواحدة. وهذه الصداقة ووحدة الاهتمامات ووحدة الآراء قد توفر ميداناً مثالياً للنشر المباشر لمضمون الرسائل الإعلامية الذي يخلق بالتالي نوعاً ثانوياً من التعرض الاختياري للرسائل الإعلامية<sup>(٢)</sup>. وبذلك يزيد عدد الجمهور الذي تصل الرسالة إليه أصلاً عن طريق الوسائل الإعلامية.

وقد وجد بيريلسون ولازار سفيلد وما كفي، أن التعرض لوسائل الإعلام يؤثر أيضاً في المتغيرات الوسيطة مثل خلق الاهتمام والمناقشة. كما وجدوا أن المناقشة السياسية تمارس، غالباً، بواسطة الأشخاص ذوي الرؤية المتشابهة<sup>(٣)</sup>.

(1) Klapper, 1961, op. cit., p. 31.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 94.

(3) Berelson, Lazarsfeld and Mc Phee, 1954, op. cit., pp. 46-48.

وتبين البيانات التي حصلنا عليها من مسح قها أن معظم أفراد العينة يناقشون مع آخرين البرامج التي يشاهدونها ويسمعونها من خلال الوسائل الإلكترونية والمقالات التي يقرأونها في الصحف.

### الجدول رقم (٢٥)

للمناقشات الشخصية لبرامج وسائل الإعلام

المناقشة (٥)	برامج الوسائل	الرايو	التلفزيون	الصحف
١ - لا أناقشها	٤٠ (١٦.٨٪)	٢٦ (١٦.٩٪)	١٩ (١٢.٧٪)	
٢ - أقارى وماتلى	٧٢ (٢٠.٣٪)	١٠٩ (٧٠.٨٪)	٣٩ (٢٦٪)	
٣ - أصدقاه	١١٠ (٤٦.٧٪)	١٦ (١٠.٥٪)	٧٩ (٥٢.٧٪)	
٤ - مع مستواين	٥ (٢.١٪)	١ (٠.٦٪)	٧ (٤.٦٪)	
٥ - مع آخرين	١٠ (٤.٢٪)	١ (٠.٦٪)	٥ (٣.٣٪)	
٦ - مع أكثر من اختيار	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٦٪)	١ (٠.٧٪)	
إجمالي (٥٥)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

ويشير الجدول رقم (٢٥) إلى أن معظم أفراد العينة يناقشون ما يسمعون وما يرون وما يقرأون في وسائل الإعلام مع أصدقائهم وماتلتهم. أما الذين لا يناقشون مع الآخرين ما تعرضوا له من وسائل الإعلام فبلغت نسبتهم ١٦.٨٪ فقط من مستمعي الراديو، ١٦.٩٪ من مشاهدي التلفزيون، ١٢.٧٪ من قراء الصحف. وكذلك تشير الأرقام إلى أن المناقشات مع العائلات والأصدقاء قد احتلت المرتبة الأولى والثانية بين فئات المناقشة الأخرى في قائمة الأخرى في قائمة الفئات في كل

(٥) اقتصر هذا الجدول على من يتعرضون للوسائل المختلفة .

(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك المناقشة والتحليل.



الوسائل الثلاث، ومن ذلك يمكن أن نستنتج أن أفراد عينة الدراسة في قها يستخدمون ما يتعرضون له بواسطة وسائل الإعلام كموضوعات في التفاعلات الاجتماعية. وهذا بالتالي يؤكد الطبيعة الاجتماعية بما فيها من ألفة ومودة. وتظهر المناقشات بوضوح رغبة أفراد عينة البحث في تأكيد ما يتعرضون له، وتعكس اتجاهها إيجابياً وميلاً أصيلاً نحو المشاركة.

وعليه فإن ما ذكره روجرز بخصوص وسائل الإعلام يبدو أنه قابل للتطبيق على تجربة قها. ذلك أنه يقول أن لدى وسائل الإعلام إمكانية مضاعفة الجهود التي تؤدي بالجمهير التقليدية إلى العصرية، خاصة عندما تتحد وسائل الإعلام مع الإتصال المباشر في مجموعات صغيرة للمناقشة (١).

ومن النتائج الهامة الأخرى لدراستنا أن معظم هؤلاء الذين تعرضوا للراديو أن التلفزيون سمعوه أو شاهدوه في مجموعات، كما تظهر البيانات أن الناس يستمعون إلى الراديو صوياً ليس بسبب نقص أو عدم وجود أجهزة راديو، ذلك أن حوالي ٩٢.٦٪ منهم يمتلكون الأجهزة، ولكن يفعلون ذلك كنزعة اجتماعية في القرية.

ويشير الجدول رقم ٢٦ (أ) إلى أن نسبة ٧٥.١٪ من مستمعي الراديو الذين هم أيضاً يمتلكون أجهزته يستمعون في مجموعات، بينما ١٦.١٪ من ملاك الراديو يستمعون وحدهم.

كذلك يشير الجدول رقم ٢٦ (ب) إلى أن المشاهدة الجماعية للتلفزيون هي سمة مميزة للمشاهدين من أفراد العينة كما تتضح من نسبة ٦١.٤٪ من العينة. ويصور الجدول أن من بين نسبة ٢٤.١٪ الذين يمتلكون أجهزة تلفزيون يشاهده ٢٣.٢٪ (من العينة) في مجموعات.

ومن النتائج السابق الإشارة إليها فإن الراديو والتلفزيون قد يمكن اعتبارهما مصدرين للتسلية والأخبار في اجتماعات تتم بالقرية وكثيراً ما يطلق

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

عليها إجتماعات المسامر. وبالتالي فهي قد حلت، إلى حد كبير، محل شاعر القرية التقليدي.

والى جانب التسلية والاختبار فإنه تتم مشاهدة جماعية للتليفزيون واستماع جماعي للراديو وذلك للبرامج السياسية أيضاً. وعلى سبيل المثال فإنه يستمع إلى خطب الرئيس السادات في مجموعات في قها.

### الجدول رقم (١٢٦)

#### للكية مقارنة بالاستماع الجماعي للراديو

الاستماع الكية	غير مستمعين	يستمعون بمفردهم	يستمعون مع آخرين	إجمالي
لا يمتلكون الراديو	(٢٪)	(- ٪)	(١.١٪)	(٦.٤٪) ١٦
يملكون الراديو	(٢.٤٪)	(١٦.١٪)	(٧٥.١٪)	(٩٣.٦٪) ٢٣٢
إجمالي	(١.٤٪)	(١٦.١٪)	(٧٦.٥٪)	(١٠٠٪) ٢٤٩

ويرى محمود عوده أن المكان الذي يمارس فيه القريون استماعهم الإذاعي يحتل وضعين غالباً، إما أن تكون أجهزة الراديو محدودة والجمهور عريض مما يترتب عليه أنهم يستمعون دائماً في جماعات صداقة أو قرابة أو جيرة أو في مكان

(٥) ثم شتم غير المستمعين إلى هذا الجدول حيث لاحظنا أن بعض ملاك الراديو ملأوا غير مستمعين له.

(٥٥) نسبت كافة أرقام هذا الجدول إلى إجمالي عدد العينة (٢٤٩) وذلك لأهمية حصر وبيان الكية واستماع بالنسبة لإجمالي العينة.

عام كمحال البقالة أو المقاهي. وإما أن تكون ملكية هذه الأجهزة منتشرة وعريض مما يترتب عليه أن يكون طابع الاستماع قريباً أو أصرياً محدوداً (١).

ولكننا نرى أن طبائع وعادات أهل الريف تعتبر عاملاً جوهرياً في تحديد أماكن الاستماع يفوق عامل الملكية للراديو - الذي فكره محمود عوده - أهمية. ذلك أن من عادة أهل القرية أن يجلسوا معاً بعد أوقات العمل، وأحياناً ما يكون هذا اللقاء في منزل أحدهم. وعلى ذلك فإننا نجد أن الجلسات الجماعية للاستماع لا تتعده عادة، بسبب أن البعض لا يمتلك أجهزة راديو وإنما يتم يومياً بحكم العادات والتقاليد، وما يؤكد رأينا هو أن أكثر أهل القرية التي قمنا دراستها يمتلكون أجهزة راديو ومع ذلك يتسمعون جماعياً إلى الإذاعة، ويظهر ذلك في الجدول رقم ٢٦ (أ).

#### الجدول رقم (٢٦ ب)

الملكية مقارنة بالتعرض الجماعي للتلفزيون (٢).

الملكية	التعرض			
	غير مشاهدين	يشاهدون بمفردهم	يشاهدون مع آخرين	إجمالي
لا يمتلكون التلفزيون	(٢٥.٧٪) ٨٦	(٢.١٪) ٥	(٢٨.١٪) ٩٢	(٧٥.٩٪) ١٨٣
يملكون التلفزيون	(٠.٤٪) ١	(٠.٤٪) ١	(٢٢.٣٪) ٥٦	(٢٤.١٪) ٥٨
إجمالي	(٣٦.١٪) ٨٧	(٢.٥٪) ٦	(٦١.٤٪) ١٤٨	(١٠٠٪) ٢٤١

(١) عوده: ١٩٧١ (سبق ذكره) ص ٢١٦.

(٢) تم أخذ جميع أفراد العينة في الحسبان مع استبعاد ٨ أفراد من هذا الجدول.

(٣) نسبت أرقام هذا الجدول إلى إجمالي عدد الذين أجابوا (٢٤١) وذلك لأهمية حصر وبيان الملكية والمشاركة بالنسبة لهذا الإجمالي.

وعلى ذلك فقد طلبنا من أفراد عينة الدراسة في قها أن يشيروا إلى الأماكن التي يتجمعون فيها سوياً ليستمعوا إلى الراديو أو يشاهدوا التلفزيون.

وعلى العكس من الراديو الذي يكن أن يصل إلى حيث يذهب الإنسان، فإن برامج التلفزيون غالباً ما يتم مشاهدتها في أماكن اجتماعية.

ويشير الجدول رقم ٢٧ (أ) إلى أنه من بين أفراد العينة يوجد ٨٣.٢٪ من مستمعي الراديو يستمعون في مجموعات، كما أن من أفراد العينة ١٥.٢٪ يستمعون في أماكن عامة، ٥٨.٤٪ يستمعون في المنازل، ٩.٧٪ يستمعون جماعياً في أماكن العلم وعلى الأخص بالنسبة لخطاب الرئيس السادات، وكذلك يشير الجدول نفسه إلى

#### الجدول رقم (٢٧ أ)

##### الاستماع الجماعي إلى الراديو مقارنة بالمكان الاستماع (٥)

المكان الاستماع	أماكن عامة (٥٥)	المنازل	العمل	إجمالي
استماع منفرد	(١١.٦٪) ٤	(١٣٪) ٢١	(٢.١٪) ٥	(١٦.٧٪) ٤٠
استماع مع آخرين	(١٥.٢٪) ٣٦	(٥٨.٤٪) ١٣٩	(٩.٧٪) ٢٣	(٨٣.٣٪) ١٩٨
(٥٥٥) إجمالي	(١٦.٨٪) ٤٠	(٧١.٤٪) ١٧٠	(١١.٨٪) ٢٨	(١٠٠٪) ٢٣٨

(٥) استبعد ١١ من أفراد العينة من هذا الجدول لأنهم من غير المستمعين.

(٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، النوار، المجمع الثقافي، محل الحلاق أو البائع، أي مكان عام آخر.

(٥٥٥) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالي (٢٣٨) لأهمية ذلك.

أنه بالرغم من أن نسبة ٥٨.٤٪ من مستمعي الراديو يستمعون إليه في المنازل إلا أنهم يقطون ذلك في مجموعات. كما تبين لنا أن الاستماع الجماعي يمثل حوالي خمسة أضعاف الاستماع المنفرد (١٦.٧)، الأمر الذي يتماشى مع الطبيعة الاجتماعية للمصريين التي تتميز عادةً بالآلفة والمودة.

وفيما يتعلق بـأماكن المشاهدة الجماعية لبرامج التلفزيون، يظهر الجدول رقم ٢٧ (ب) أن ٩٦.١٪ من مشاهدي التلفزيون يشاهدونه في مجموعات، كما أن ٥٩.٧٪ يشاهدونه جماعياً في أماكن عامة، ٣٦.٤٪ يشاهدونه جماعياً في المنازل. وهذه المجموعات قد تتكون من عائلاتهم أو من أصدقائهم. وعلى غرار الراديو فإن هذه الحقيقة، ارتفاع نسبة المشاهدين الجماعية عن الفردية، تشير إلى المجتمع المصري الذي يتسم بالآلفة والمودة.

#### الجدول رقم (٢٧ ب)

التعرض الجماعي للتلفزيون مقارناً بمكان التعرض (٥)

إجمالي	المنزل	أماكن عامة (٥٥)	المكان التعرض
(٣.٩٪) ٦	(١.٣٪) ٢	(٢.٦٪) ١	مشاهدة منفردة
(٩٦.١٪) ١٤٨	(٣٦.٤٪) ٥٦	(٥٩.٧٪) ٩٢	مشاهدة مع آخرين
(١٠٠٪) ١٥٤	(٣٧.٧٪) ٥٨	(٦٢.٣٪) ٩٦	(٥٥٥) إجمالي

(٥) تم استبعاد ٩٥ فرداً من أفراد العينة من هذا الجدول منهم ٨٨ من غير مشاهدي التلفزيون وسبعة لم يجيبوا على هذا السؤال.

(٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى - المجمع الثقافي - مكان عام آخر.

(٥٥٥) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالي (١٥٤) لأهمية ذلك.

وتوضح هذه الجداول أكثر من ذلك، فهي تبين أن الاستماع الجماهيري إلى الراديو أو المشاهدة الجماهيرية للتلفزيون تتعلق ببعض الخصائص الخلفية لأفراد العينة (السن-التعليم-المهنة) بكثير من تطورها بملكية الوسيلة الإعلامية.

وتذكرنا هذه النتائج بالتحارب التي أجريت على نوادي الاستماع في كوستاريكا والهند بواسطة روي "Roy" وآخرين<sup>(١)</sup>، وفي الهند بواسطة نوايرث "Neurath"<sup>(٢)</sup> وبات "Bhatt" وكريشنا موريثي "Kritnamoorthy"<sup>(٣)</sup>.

ولقد تبنت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "UNESCO" طريقة نوادي الاستماع "Radio Forums" وقامت بتجربتها في عدد من دول أفريقيا، وطبقاً لرأي روي، وويسمانن، وروجرز، فإن نوادي الاستماع قد أحدثت معظم التغيير لصالح التنمية، ولقد أكد نويرث في براسته على قيمة المناقشات التي تتم في نوادي الاستماع في زيادة المعرفة بالانكار المستحسن.

ولقد كانت تجربة بات وكريشنا موريثي في بونا "poona" ناجحة للغاية، لدرجة أنه تم إنشاء ١٤٥ نادي استماع في عام ١٩٥٦ أصبح عددهم الآن ١٠,٠٠٠ نادي. ومن المتوقع أن تزيد في المستقبل لتصل إلى ٢٥,٠٠٠ نادي استماع.

وفي ضوء نجاح تجربة نوادي الاستماع، والاستفادة من ميل الناس نحو الاستماع الجماهيري في مصر، تقوم إدارة الثقافة الجماهيرية بوزارة الثقافة بتنظيم نوادي الاستماع والمشاهدة في القرى ومن بينها قها، كذلك أدخلت هيئة الاستعلامات عام ١٩٧٥ نوادي المشاهدة، ولقد اختيرت البرامج العادية للتلفزيون حتى الآن للمشاهدة الجماهيرية في مواسم المحادثات، ولكن الخطوة النهائية هي أن تكون لهذه النوادي برامج مخططة بشكل خاص، وسوف تكون هذه البرامج عامة وسياسية واجتماعية وأيضاً برامج محددة، وتنتقل إلى مناطق مختلفة، بحيث تحتوي هذه البرامج على موضوعات تتعلق بالخصائص الجغرافية والاقتصادية للمنطقة التي يذاع لها البرامج.

(1) Roy et al, 1968, op. cit.

(2) Neurath, 1963, op. cit.

(3) UNESCO, Report, 1965, op. cit.

أما بالنسبة لقارئى الصحف فإن الوضع يختلف عن وضع مستمعى الراديو ومشاهدى التليفزيون. فهؤلاء الذى يقرأون الصحف بأنفسهم أو يقرأها لهم غيرهم سألناهم أين يقومون بهذا النشاط.. ويوضح الجدول رقم ٢٨ أن معرفة القراءة والكتابة هو عنصر جوهري يؤثر فى مدى التعرض للصحف. فقد بلغت نسبة القراءة المباشرة ٧٢.٧٪، وأن ٤٤.٧٪ من العينة المتعرضين للقراءة المباشرة يقرأون فى المنزل. وبمقارنة هذه النتائج نجد أن النسبة الإجمالية للقراءة بالمنزل وقدرها ٦١.٤٪ تتجاوز بكثير القراءة فى الأماكن العامة التى بلغت نسبتها ١٨.٦٪ أو القراءة فى مكان العمل ونسبتها ٢٠٪.

#### الجدول رقم (٢٨)

أماكن لقراءة الصحف مقارنا بطريقة القراءة (٥)

المكان الطريقة	(٥٥) أماكن عامة	المنزل	العمل	إجمالى
قراءة مباشرة	(١٢٪) ١٨	(١١.٧) ٦٧	(١٦٪) ٢٤	(٧٢.٧٪) ١٠٩
قراءة غير مباشرة (يقرأ لهم الغير)	(٦.٦٪) ١٠	(١٦.٧٪) ٢٥	(٤٪) ٦	(٢٧.٣٪) ٤١
إجمالى (٥٥)	(١٨.٦٪) ٢٨	(٦١.٤٪) ٩٢	(٢٠٪) ٣٠	(١٠٠٪) ١٥٠

(٥) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.

(٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، البوار، المجمع الثقافى - حدائق أو الحدائق، أو أى مكان عام آخر.

(٥٥٥) نسبت كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالى (١٥٠) لأهمية ذلك.

(٥٥٥٥) أنظر الملاحظات على الجدول رقم ١٣

وفيما يتصل بملكية الصحف (أي شرائها) والأماكن التي تقرأ فيها فإن الجدول رقم ٢٩ يوضح أن ٦٦٪ من الذين يتعرضون للصحف يقومون بشرائها وأن من بين أفراد العينة ٤٤.٧٪ ممن يمتلكون الصحف يقرأونها في المنزل، وأن ٨٪ يمتلكون الصحف ويقرأونها في الأماكن العامة، وأن ١٣.٣٪ يقرأونها في العمل.

### الجدول رقم (٢٩)

#### أماكن القراءة للصحف مقارنا بملكية الصحف (٥)

إجمالي	العمل	المنزل	(٥٥) أماكن عامة	الأماكن الملكية
				لا يمتلكون
(٢٤٪) ٥١	(٦.٧٪) ١٠	(١٦.٧) ٢٥	(١٠.٦٪) ١٦	
(٦٦٪) ٩٩	(١٣.٣٪) ٢٠	(٤٤.٧٪) ٦٧	(٨٪) ١٢	ملكون
(١٠٠٪) ١٥٠	(٢٠٪) ٣٠	(٦١.٤٪) ٩٢	(١٨.٦٪) ٢٨	(٥٥) إجمالي

(٥) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.

(٥٥) الأماكن العامة تتضمن هنا: المقهى - الدوار، المجمع التجاري - عند البقال أو الحلق - أو أي مكان عام آخر.

(٥٥٥) نسبت كافة أرقام الجدول إلى الرقم الإجمالي (١٥٠) لأهمية ذلك.



## الخلاصة :

وكما أوضحنا فإن نسبة قراءة الصحف في المنازل نسبة عالية. وهي نتيجة لا تثير الدهشة لأن القراءة قد تعتبر نشاطاً فريداً أكثر منها جماعياً. وفيما عدا القراءة الجماعية الأكثر شيوعاً، في العادة، في المدن عن القرى، فإن الناس تحب دائماً أن تقرأ وحدها حسبما عبر أحد قراء الصحف.

أظهرت بيانات المسح الخاص بتعرض القرويين لوسائل الإعلام النقاط

التالية:

١- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال وبالوسيلة الإعلامية المستخدمة وبالخصائص الخلفية للفرد.

٢- إن وجود واستخدام وسائل الإعلام بواسطة القرويين في قها ملموس وواسع النطاق.

٣- إن وسائل الإعلام (الرايو - التلفزيون - الصحف) تتوفر للأفراد بصورة خاصة، وتتفاوت لأسباب معينة، وأنهم يستعملون ما لدى غيرهم بصورة عامة أمران يتواجدان في نفس الوقت في القرية.

٤- إن العادات الاجتماعية للاستماع إلى الرايو لم تتأثر بامتلاك عدد كبير من الأسر لأجهزة الاستقبال.

٥- إن مخرجات الوسائل الإعلامية، سواء كانت في شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالتضاييا الاجتماعية أو في شكل خدمات كالبرامج الزراعية أو الصحية، قد وصلت الآن إلى القروي العادي من خلال كل الوسائل الإعلامية الثلاث (الرايو والتلفزيون والصحف).

٦ - إن القرويين قد أثبتوا أنهم مثل سكان المدن يقومون بالتمييز بين برامج وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى ذلك، فقد أظهروا اهتمامهم بموضوعات عريضة التنوع مما قد يبرهن على أن اتجاه القرويين نحو وسائل الإعلام لا يختلف كثيراً عن المجموعات الاجتماعية الأخرى في المدن.

٧ - وفيما يتصل ببرامج وسائل الإعلام، كانت الأخبار السياسية والبرامج الدينية (والقرآن الكريم) والمشاكل الاجتماعية أكثر أنواع البرامج أفضلية.

٨ - إن المشاكل الاجتماعية قد تزداد وتليق ذات معنى في تسهيل الاندماج السياسي والاجتماعي بين القرية وبين الحكومة.

٩ - إن هناك إجماعاً عاماً بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها.

١٠ - إن أفراد العينة قد أبدوا نوعاً من الثقة في وسائل الإعلام فيما يتعلق بما تقوم به من نقل لموضوعات التنمية. ومن شأن ذلك أن ييسر على الحكومة وأجهزتها إجراء التغيير الموجه في خطة التنمية.

## الفصل العاشر

### وسائل الإعلام كرادار إجتماعي

من الملاحظ أن الذين يعيشون في مجتمعات تنتشر فيها وسائل الإعلام قد لا يتذكرون أحياناً ما تعلموه من هذه الوسائل. ويقول شرام "Schramm" أن الكتاب المطبوع ظل لمدة ثلاثمائة سنة بمثابة اليد اليمنى للتعليم العام. وحيثما نتاج الصحف فإنها تصبح الوسيلة الرئيسية للإعلام من البيئة التي لا يستطيع الفرد الوصول إليها بحواسه. وفي الحقيقة، فإن كل أجيال البشر قد صاغوا أفكارهم من العالم الخارجي محتضنين بصورة كبيرة على ما تعلموه من الصحف والراديو والتلفزيون<sup>(١)</sup>.

ويمكن القول أن كل من شاهد الأفلام أو قرأ القصص المطبوعة يستطيع أن يلاحظ الآثار العميقة التي تتركها هذه الوسائل. ويقول شرام أيضاً أن المشاهد والشخصيات وحبكة الروايات والتعبيرات مازالت باقية مغمضة بالخيالية، لاطعة وواضحة، وتظل جزءاً من الحميلة التي يستخدمها الإنسان لسنوات طويلة بعد قراءتها أو مشاهدتها. كما أن الآباء يلاحظون، وإن لم يوافقوا في كثير من الأحوال كيف أن أطفالهم يتعلمون من التلفزيون والإعلانات الغنائية والشعارات الكلمات والعادات دون أن يبدلوا من جانبهم أية محاولة لتعلمها ودون أن يدركوا أنهم يتعلمون. وفي كلمات أخرى، فإنه بكل خبرتنا مع وسائل الإعلام يمكن أن نقول أن هذه الوسائل سهل أن نتعلم منها إرادياً أو لا إرادياً<sup>(٢)</sup>.

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 127

(2) Douglas Waples, Bernard Berelson, and Franklin Bradshaw, What Reading does to People, Chicago: University of Chicago press, 1940.

Carl Hovland, "The effects of the Mass Media of Communication" in Gardner Lindzey, ed. Handbook of Social Psychology. Boston: Addison-Wesley, 1954.

Wilbur Schramm. Annotated Bibliography of the Research on programmed Instruction. Washington, D.C., U.S. Office of Education, 1964.

T.W. Harrell, D. Brown, and W. Schramm. "Memory in Radio News Listening", Journal of Applied Psychology, 33, 1949, pp. 265-74.

وحيث أن لوسائل الإعلام هذه القدرة الفعالة على الإخبار، والتعليم، يمكننا القول بثقة كبيرة أنها تستطيع أن تؤدي بعض الخدمات الجوهرية للبلاد النامية.

ويعتقد شرام وايرنر أن وسائل الإعلام قادرة على توسيع الأفاق والمدارك<sup>(١)</sup>. فكثير من الناس في المجتمعات التقليدية يرون في وسائل الإعلام، عندما يلتقون بها لأول مرة، نوعاً من السحر. إذ يقول حكيم أفريقي إن وسائل الإعلام كالسحر فهي قادرة على أن تلغز الإنسان عالياً إلى مثل أعلى من أي تل آخر، يستطيع أن يرى من فوقه الأفق، ويتركه هناك يرى ما بعد ذلك. وأنها سحر لأنها تدع المرء يرى ويسمع أينما لم يكن أبداً ويعرف أناساً لم يقابلهم إطلاقاً. وحتى بعد أن يتبدد سحر السحر تظل وسائل الإعلام قادرة على معاونته الناس - في البلد النامي - على فهم كيف يعيش الآخرون، وبالتالي على النظر في حياتهم الخاصة بنظرة جديدة<sup>(٢)</sup>.

إن وسائل الإعلام قوة تحريرية لأنها تحطم قيود المسافة والعزلة وتنقل الناس من المجتمع التقليدي إلى «المجتمع الكبير» حيث تنظر كل العيون إلى المستقبل ويتطلع إلى البعيد، وكما يقول بول حيث ينبغي أن يتنبأ كل عمل تجاري راسخ برغبات زبائنه المجهولين، وأن يتوقع كل سياسي رغبات ناخبيه المجهولين، وحيث يتم التخطيط لمستقبل ضخم التغيير، وحيث قد تؤثر أعمال الناس من مختلف الثقافات في حياة الفرد يومياً<sup>(٣)</sup>.

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام، بتقريبها للبعيد وجعلها الغريب مفهوماً، قادرة على معاونته في تضيق المسافة بين المجتمع التقليدي والمجتمع المعاصر<sup>(٤)</sup>.

كما يقول شرام أيضاً أن وسائل الإعلام قادرة على تركيز الانتباه. ففي المجتمع المعاصر نجد أن معظم الصور عن البيئة البعيدة تأتي إلى أذهاننا من وسائل الإعلام وكما تحرك المجتمع التقليدي تجاه العصرية، بدأ في الاعتماد على

(1) - Schramm, 1964, op. cit., p. 126.

- Lerner, 1972, op. cit., pp. 314-317.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127.

(3) Pool, 1963, op. cit., p. 249.

(4) Lerner, 1958, op. cit., pp. 49 - 51.

وسائل الإعلام. ونتيجة لذلك فإن قدرأ كبيرأ من المعلومات، مثل تلك المتصلة بمن هو الشخص الرام أو الخطير في الدولة أو بما هي الأشياء المشوقة وهكذا، يستمدّها هذا المجتمع من وسائل الإعلام، الصحيفة والرائيو والمجلة، وهي تعمل كالعارس فوق التل، يتبغى أن تقرّر ماذا تبلغ عنه، ومهمة الاختيار هذه، أي اختيار من تكتب عنه أو من تركّز آلة التصوير عليه أو من تستشهد بقواله أو أي الأحداث تسجله تحدد بدرجة كبيرة ما يعرفه الناس وما يتحدثون عنه<sup>(١)</sup>.

وهذه مسألة ذات أهمية في الدول النامية لأنها تعني أن الانتباه العام يمكن أن يبقى مسلطاً على التنمية، ومن وقت لآخر - يمكن أن يوجه الاهتمام إلى مادة جديدة أو إلى مسلك جديد أو إلى ممارسة زراعية أو صناعية جديدة، أو عائد يتم الحصول عليه عن طريق العصرية، أو شيء يحتاج إلى تغيير<sup>(٢)</sup>، ويتوجيه الانتباه إلى موضوعات معينة أو قضايا من هذا النوع فإن وسائل الإعلام تستطيع أيضاً أن تسيطر على بعض موضوعات الاتصال المباشر<sup>(٣)</sup>، إن القادة في دولة نامية قد يذهبون بأنفسهم، إذا استطاعوا، إلى كل جماعة صغيرة في الدولة، ويضعوا في أذهانهم مشكلة من مشكلات التنمية أو فكرة ما أو مناسبة ما ليفكروا بشأنها أو ليناقشوها. وقد يتعذر عليهم الذهاب بأنفسهم إلى كثير من القرى أو إلى كثير من الجماعات ولكنهم مع ذلك يستطيعون غرس الأفكار والموضوعات من خلال وسائل الإعلام وبصورة أوسع.

والوظيفة الأخرى التي تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها هي أن تزيد الطموح<sup>(٤)</sup>، وفي التاريخ حالات كثيرة تشجّعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.

(2) Darrell Lucas and S.H. Britt, Advertising Psychology and Research, New York: Mc Graw Hill, 1950.

(3) Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, 1948, op. cit.

Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld, and William Mc Phee, Voting, Chicago: University of Chicago Press, 1954,

(4) Mc Celland, 1961, op. cit.,

Lerner, 1963, op. cit., pp. 334-345.

Schramm, 1964, op. cit., p. 131.

Roa, 1963, op. cit., p. 58.

تكون قادرة على زيادة طموح جماهيرها سواء في العضارات النامية أو في العضارات الأكثر تقدماً. والعائلات التي تسعى بجد لتصل إلى مستوى معيشي معين رأت الآخرين يستمتعون به، أو تسعى لتتال سلعة ما سمعت بها أو قرأت عنها أو رأت صورتها فقط، هي نماذج لتلك الحالات.

وهذا الأمر غاية في الأهمية بالنسبة للدولة النامية. فهي تحتاج إلى تشجيع كل من الطموح الشخصي والقومي. وينبغي على الأفراد أن يصلوا إلى الرغبة في حياة أفضل مما يعيشون وأن يقبلوا على العمل من أجل الوصول إليها. ويجب عليهم كمواطنين أن يكون لديهم طموح في أن تكون بلدهم قوية عظيمة.

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام قادرة على خلق المناخ المناسب للتنمية. ويمكننا القول بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تسهم فعلياً في مقدار وأنواع المعلومات المتاحة لجماهير البلد النامي. وهي قادرة على توسيع الأفاق، وتركيز الانتباه على مشكلات وأهداف التنمية، وزيادة ألوان الطموح (الشخصي والقومي). وتستطيع وسائل الإعلام بذاتها وبصورة مباشرة أن تقوم بكل هذه الوظائف مجتمعة. وهذا يساوي خلق المناخ الإعلامي الذي تثار فيه التنمية. كما أن لها دور أيضاً في درجة تركيز الانتباه.

وفي ضوء ما تمت مناقشته حتى الآن فإننا نعرض الفروض العلمية التالية:

١ - هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية القومية.

٢ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بمعرفة قضايا محددة من التنمية الاجتماعية.

٣ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وقد تم تحليل بيانات المسح الذي أجرى بقها لتحقيق من هذه الافتراضات.

## وسائل الاعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية

يمكن أن نلاحظ أن إدراك الناس لوسائل وسائل الاعلام يتنوع تبعاً لأهمية المعلومات للمستقبل. وعلى أساس قائمة الإدراك الاجتماعي، نجد إدراكاً واسعاً ومتنوعاً يشير إلى أن القرويين مدركون للموضوعات التي تؤثر فيهم مباشرة مثل موضوع إعادة فتح قناة السويس، الذي يزيد من التجارة الدولية وبالتالي صادرات الإنتاج الزراعي مثلاً. ونرى في هذا أن الوسائل الإعلامية تميل إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشؤونها.

ولم نرأسه لأثر السياسات والأفكار القومية على عامة الشعب، فإن الإتصال الإعلامي والمباشر يستحق إنتباهاً خاصاً.

ويتصل نشر الأفكار المستهدفة إتصالاً مباشراً بعملية التنمية، لأنها توسع رؤية القروي وتساعد على تنمية إتجاهاته لتتماشى مع اتجاهات المؤسسات السياسية والاقتصادية السائدة في مجتمعه. وحيث أن أفكار التنمية يتم تصورها على المستوى القومي، فلابد من معرفة ما إذا كان الفلاحون قادرين على استيعاب هذه الأفكار. هذا وكثيراً ما يتكرر الدعوى أو الشكوى من أن لغة وسائل الاعلام لغة غير مفهومة، في بعض جوانبها، للرجل الريفي، في المناطق النامية<sup>(١)</sup>. وأو أن ندرة الأبحاث في هذا الموضوع تصد من قدرتنا على تقييم مثل هذه الشكاوى أو الدعوى<sup>(٢)</sup>.

وتبني قائمة الإدراك الاجتماعي على سؤال هيئة البحث عن المشكلات القومية والمحلية. وتأخذ هذه القائمة في حسابها مسألة تمييز أفراد العينة لأهمية القضية محل التساؤل. وحتى يمكننا معالجة هذه النقطة بدقة كافية فإننا قمنا بجدولة البيانات بملئ التعرض لوسائل الاعلام والإدراك الاجتماعي بطريقة مزبوجة

Cross tabulated

(1) Hanik, 1974, op. cit., p. 161.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 19.

## المشاكل المحلية:

وفيما يتصل بالمشاكل المحلية فقد تم سؤال أفراد عينة البحث عن أهم مشكلة محلية. ويتضح من الجدول رقم ٢٠ أن معظم أفراد العينة يدركون تماماً لمشاكلهم المحلية. فقد اختار ٦١٪ المشاكل الجوهرية التي لا تتسم بأنها تحدث يومياً بينما اختار ٣٩٪ من أفراد العينة المشاكل اليومية. هذا وقد تم تمييزها على النحو التالي: عدم توفر الخدمات الصحية ٣٦.٩٪، وعدم الإحساس بالمسئولية ١١.٣٪، وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية ٨.٨٪، وعدم توفر التعليم ٤٪، وإدراك أفراد العينة لتلك المشاكل على هذا النحو يعكس وعيهم الذي يذهب إلى مدى أبعد من مجرد الحاجات المادية.

وعلى ذلك فقد قمنا بتصنيف للمشاكل المعروضة إلى مجموعتين:

المجموعة الأولى وتشمل الإدراك المرتفع للمشاكل مثل عدم الإحساس بالمسئولية وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية والمشكلات التعليمية والصحية. والمجموعة الثانية وتتضمن الإدراك المنخفض للمشاكل مثل ارتفاع تكاليف المعيشة، نقص «تفريغ» ونقص المياه الجارية، وعدم توفر السماد، وعدم حصول القرويين على ما يحتاجونه من الجمعيات التعاونية. ولقد تم هذا التصنيف لاختبار العلاقة بين الإدراك المحلي والتعرض لوسائل الإعلام.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للرأي ودرجة إدراك المشكلات المحلية، استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup>، حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة تساوي ٣٠.٠٨٠ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ والتي تساوي ٣.٨٣ تبين أنه لا يوجد فرق معنوي بين من تعرضوا إلى الرأي ومن لم يتعرضوا إليه في درجة الإدراك المحلي. وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن لدى الناس المعلومات من المنبع حول مشكلاتهم المحلية وأنهم ليسوا في حاجة إلى تدخل وسائل الإعلام ليدركوها.



## الجدول رقم (٣٠)

### معرفة القضايا الحياتية

القضية	العدد	النسبة المئوية
ارتفاع مستوى المعيشة	١٨	٪٧.٢
عدم وجود الكهرباء	٧	٪٢.٨
عدم وجود مياه جارية	٢	٪٠.٨
عدم توفر السماد	٢١	٪٨.٥
عدم الإحساس بالمستوى	٢٨	٪١١.٢
صعوبة الحصول على ما يريد من الجماعات	٤٩	٪١٩.٧
صعوبة الانتقال إلى خارج القرية	٢٢	٪٨.٨
عدم توافر الخدمات الصحية	٩٢	٪٣٦.٩
عدم توافر التعليم	١٠	٪٤.٠
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

### المشاكل القومية:

وبالنسبة للمشكلات القومية فقد تم سؤال أفراد العينة عن أهم المشاكل القومية في رأيهم. ويظهر الجدول رقم ٣١ أن معظم أفراد العينة ٦٠.٨٪ أعطوا الأولوية للمشاكل ذات الطبيعة القومية على المشاكل ذات السمات الفردية مثل الأمية والانفجار السكاني، والخدمات العامة والاقتصادية، والنقل والإسكان. بينما اختار الباقون ٤٣.٢٪ المشكلات اليومية، والتي تعيل إلى تكون فردية، مثل ارتفاع تكاليف المعيشة والنقص في السلع الضرورية.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للرأي ودرجة إدراك المشكلات القومية استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup>، حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة ٢.٠٨٠ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٢.٨٣٠ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها في درجة الإدراك القومى.

ويظهر الجدول رقم ٢١ أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع الآفاق ويسير بها من المسائل المحلية إلى المسائل القومية. الأمر الذي يعكس إدراكاً اجتماعياً وسياسياً عالياً ورغبة في التغيير.

ومن ثم فإن دراستنا على قها تظهر أن هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة المسائل الاجتماعية القومية.

### الجدول رقم (٣١)

#### معرفة القضايا القومية

النسبة المئوية	العدد	القضية
٢٧.٨٪	٦٩	الأمية
٨.٥٪	٢١	تزايد السكان
٦.٤٪	١٦	المشكلات الاقتصادية
١.٦٪	٤	الخدمات العامة
٤.٤٪	١١	مشكلات المواصلات
٨.١٪	٢٠	النقص في السلع الضرورية
٨.١٪	٢٠	السكن
٣٥.١٪	٨٧	ارتفاع نفقات المعيشة
١٠٠٪	٢٤٨	إجمالي (٥)

#### وسائل الاعلام وتركيز الانتباه

والافتراض الثاني هو أن التعرض لوسائل الإعلام يركز الانتباه على موضوعات اجتماعية محددة. ولأنك قمنا باختيار أثار وسائل الاعلام على سكان قها

(٥) تختلف فرد واحد عن الإجابة على هذا السؤال.

وبالتحديد على تكيفهم الإجتماعى Socialization وذلك خلال مرحلتين أولاً تحديد كيفية وصول الرسائل إلى سكان القرية، وثانياً دراسة أنوار ووسائل الإعلام والاتصال المباشر في الإسهام في الإدراك الإجتماعى للقرويين.

وكان الغرض من هذا الجزء من دراستنا هو إستكشاف مدى تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام ومدى إدراكهم نتيجة لهذا التعرض لموضوعين على المستوى القومى، وهما إعادة فتح قناة السويس، وشهادات الاستثمار.

وفى رأينا أن الإدراك الإجتماعى هو المعرفة بسياسة معينة، كما أننا نعنى بالتعرض لوسائل الإعلام مجرد أن يتم التعرض لأى وسيلة إعلامية من الوسائل الإعلامية الثلاث المتاحة فى المجتمع وهى الصحف أو الراديو أو التلفزيون.

ولقد تم سؤال أفراد العينة فى قرية قها عما إذا كانوا قد علموا بموضوعى إعادة فتح قناة السويس وبموضوع شهادات الاستثمار، كما طلب منهم تحديد مصادر معلوماتهم.

ويظهر الجدولان ٢٢.٢٢ أن ٨٩.٢٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بموضوع إعادة فتح قناة السويس من وسائل الإعلام مباشرة وكان الراديو فى مقدمة هذه الوسائل، وأن ٨٤.٤٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بموضوع شهادات الاستثمار من وسائل الإعلام مباشرة وكان الراديو أيضاً فى مقدمة هذه الوسائل. بينما يظهر الجدولان أن ٦.٤٪ من أفراد العينة حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بإعادة فتح قناة السويس عن طريق الوسيط الاخبارى أى عن طريق الاتصال المباشر (الشفهى)، وعن نفس هذا الطريق حصل ٢.٨٪ من أفراد العينة على معلوماتهم بخصوص شهادات الاستثمار.

ومن جهة أخرى فإنه يظهر من الجدولين أن ١٢٪ من أفراد العينة لم يسمرو شيئاً عن شهادات الاستثمار، وأن ٢.٨٪ من أفراد العينة لم يسمرو شيئاً عن إعادة فتح قناة السويس.

ويتبين من ذلك أن نسبة من «لا يعرفون» من بين أفراد العينة نسبة منخفضة

جداً مما يدل على أن الناس أكثر معرفة بالسياسات القومية التي تؤثر فيهم مباشرة مثل إعادة فتح قناة السويس. ومن ناحية أخرى، فقد تبين لنا من تحليل بيانات المسح أن عدد من يملك شهادات الاستثمار بلغ ٤٨ فرد فقط (١٩.٢٪) أي أنه لم يشترها عدد ٢٠١ فرد (٨٠.٧٪). وهذا يؤكد أن الرسائل الإعلامية تتجه إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشؤونها.

### الجدول رقم (٣٢)

#### مصادر المعرفة بشأن إعادة فتح السويس

النسبة المئوية	العدد	المصدر
١٢٪	٢٠	الجرائد
٦٦.٧٪	١١٦	الرأي
١٠.١٪	٢٥	التلفزيون
٠.٤٪	١	جميع وسائل الإعلام
٦.٤٪	١٦	الاتصال المباشر
٢.٨٪	٧	لم أسمع عنها
١.٦٪	٤	لا إجابة على السؤال
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالي

وفيما يتصل بالطريق الذي يتحدد بموجبه سريان الرسالة إلى الجماهير وفيما إذا كان سريان مباشراً أو غير مباشر، فإننا نفترض أنه كلما زاد التعرض ووسائل الإعلام زاد سريان الرسالة الإعلامية بصورة مباشرة. وبالتالي كلما كانت وسائل الإعلام أكثر وصولاً إلى الجماهير وأوسع استخداماً فصورف يقل دور الوسطاء في نشر المعلومات. وقد تم تحليل بيانات الدراسة عن قها لاختبار هذا الفرض.

ولقد قمنا بمقارنة البيانات عن مصادر المعرفة بإعادة فتح قناة السويس وعن ملكية الراديو. واستخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٥٢,٢٨١ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوي ٥,٩٩ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه بالنسبة لمصادر معلوماتهم، بمعنى أن مالكي الراديو قد تلقوا معلوماتهم من الاستقبال المباشر عن طريق وسائل الإعلام أكثر مما تلقى غير الملاك.

كذلك جدولنا بطريقة مزبوجة للمقارنة بين مصادر المعرفة بشهادات الاستثمار وعلاقتها بملكية الراديو، فحصلنا على نتائج معادلة للنتائج السابقة. وقد اختبرنا هذا الفرض باستخدام اختبار كا<sup>٢</sup> حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٤٩,٢٨ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوي ٥,٩٩ تبين أنه يوجد فرق معنوي عند المستوى ٠,٠٥ بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه في استقبالهم للأخبار.. ذلك أن أكبر نسبة للاستقبال المباشر للمعلومات من الراديو عن شهادات الاستثمار كانت لمن يملكون أجهزة راديو.

### الجدول رقم (٣٣)

#### مصادر المعرفة بشأن شهادات الاستثمار

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪١٤,٥	٣٦	الجرائد
٪٤٧,٨	١١٩	الراديو
٪١٧,٧	٤٤	التلفزيون
٪٤,٤	١١	جميع وسائل الإعلام
٪٢,٨	٧	الاتصال المباشر
٪١٢,٠	٣٠	لم أسمع عنها
٪٠,٨	٢	لا إجابة على السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

هذا ورغم أن الراديو هو أكثر وسائل الإعلام الشائعة الإستخدام في القرية إلا أن التعرض له يتم بدرجات متفاوتة. كما أنه في الإمكان أن نفترض أن ملكية الراديو في المنزل تعطى فرصة أكبر، نسبياً، للتعرض إلى واحدة على الأقل من وسائل الإعلام. بينما تكون عدم الملكية مؤشراً لتعرض أقل لهذه الوسيلة.

ويمكن أن نستنتج من الجداول السابقة أن ملكية الراديو تحصل مباشرة بسرمان المعلومات المتعلقة بمشاكل محددة من التنمية.

وهذه النتائج تقرب كثيراً من النتائج التي أجراها هاريك في دراسته<sup>(١)</sup>.

وباختصار فإن النتائج هنا قد لا تتفق والافتراض بأن الرسالة تسرى على مرحلتين "the Two step Flow"<sup>(٢)</sup>. إذ أننا نجد أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشرة بدرجة أكبر. وبالتالي فإنه يمكن القول بأن دور الاتصال المباشر في نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

وهنا يتطرق إلى أهمتنا سؤال هل أننا نواجه هنا بمشكلة الاختيار بين الثقة في نتائج دراسة حالة ما والثقة في نتائج دراسة حالة أخرى؟ والإجابة هي أننا لا نواجه هذه المشكلة.

فقد اكتشف لازار سفياد وزملاؤه أن النخبين الذين لم يتخذوا قرارهم بعد يتأثرون بالاتصالات الشخصية أكبر من تأثرهم بوسائل الإعلام. ولكن هؤلاء الباحثين لم يقدموا أي برهان على أن رسائل وسائل الإعلام لا تصل إلى الجماهير العامة مباشرة.

وفي الواقع فإن البيانات الواردة في كتاب اختيار الناس The People's Choce تظهر أن رسائل وسائل الإعلام تصل فعلاً إلى أغلبية الناس مباشرة، إذ قرروا<sup>(٣)</sup> (١٠٤ فرد) أن الراديو كان مصدراً معلوماً في اتخاذهم لقرار التصويت.

(1) Harik 1974 op. cit., p. 151.

(2) Lazarsfeld et al., 1955, op. cit., p. 45 "Ideas often flow from the mass media to opinion leaders and from them to the less active section of the population".

(3) Lazarsfeld et al., 1948, op. cit. p. 127.

Harik, 1973, op. cit., p. 153

وقد لاحظ كاتز Katz الهوة بين الدليل والتصميم، وإنك كتب بأنه من المحتمل أن الآثار الناجمة عن وسائل الإعلام تصل أولاً إلى قادة الرأي الذين يرددون بدورهم ما قرأوه وسمعوه إلى رفاقهم الخاضعين لتأثيرهم<sup>(١)</sup>.

وفي مناقشة الفرض الذي وضعناه نجد أن قادة الرأي يخبرون بعض الأفراد، ولا يمنع هذا أن غالبية الناس يستقبلون المعلومات استقبالا مباشرا. أما عن موضوع التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار، وهو موضوع أساسي في كتاب إختيار الناس، فإنه لا ينبغي أن يكون مبهما بآليات نشر المعلومات.

هذا ويهم أن نوضح أننا نبحث في هذا الكتاب فيما لو أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير على مدى ما يعرفه القروي، خاصة وأن اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام غالباً ما تكون لغة عربية فصلى بينما أن غالبية القرويين من الأميين ويستخدمون اللغة العامية. ومن ثم قد لا يمكن الزعم بأن مجرد التعرض لوسائل الإعلام مؤثر كاف على فهم البرامج التي تقدمها هذه الوسائل الإعلامية.

وقد تم سؤال أفراد العينة عن الهدف من إعادة فتح قناة السويس، وعن شهادات الاستثمار.

ومن الهدف من إعادة فتح قناة السويس يوضح الجدول رقم ٢٤ أن ٧٨.٧٪ من أفراد العينة أجابوا بأن الهدف هو زيادة الدخل القومي. وهذا يظهر أن إبراهيم السياسي والإجتماعي إبراهيم مرتفع طالما أن زيادة الدخل القومي واحد من العناصر الرئيسية المميزة لإعادة فتح قناة السويس (بجانب عناصر أخرى سياسية واقتصادية).

أما عن الهدف من شهادات الاستثمار، فإن الجدول رقم ٢٥ يصور أن ٢١.٧٪ من أفراد العينةذكروا أن الشهادات تعتبر وسيلة إخبار لضمان المستقبل. وقد يكون السبب في هذه الإجابة أن وسائل الإعلام تركز على هذه النقطة بانتظام. ومن النادر أن نجد أن تجد وسائل الإعلام تذكر الفوائد التي تجنيها الدولة من مثل

---

(1) Elihu Katz, "The two Step flow of Communication: An Up-to-date Report on an Hypothesis", Public Opinion Quarterly, 21, 1954, p. 61.

هذه الأنشطة والمشاركة أو الدور الذي قد يلعبه الفرد في خدمة الإقتصاد القومى، الأمر الذى تزيده النسبة الصغيرة من أفراد العينة ١٤.١٪، الذين أجابوا بأن هدف شهادات الاستثمار هو استثمار المبالغ فى مشروعات جديدة للدولة، كما يؤيد ذلك أيضا ١٥.٧٪ من أفراد العينة قائلوا أن هدف شهادات الاستثمار هو خدمة الإقتصاد القومى .

### الجدول رقم (٣٤)

#### الهدف من إعادة فتح قناة السويس

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٧٨.٧٪	١١٦	زيادة الدخل القومى
٣.٦٪	٩	زيادة الخامات والمواد اللازمة للتنمية
-	-	تسهيل التجارة العالمية
٠.٨٪	٢	مرور سفن البلاد الصغيرة
-	-	زيادة السياحة
٢.٨٪	٧	زيادة الدخل الفردى
٢.٨٪	٧	زيادة الاستيراد وتوفير السلع
٢.١٪	٥	إنعاش المناطق الحرة فى القناة
٥.٦٪	١٤	تقوية مركز مصر الدولى
٣.٦٪	٩	لا إجابة على هذا السؤال
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالى

وتظهر هذه النتائج مدى فعالية وسائل الإعلام كأداة للاتصال حتى فى التجمعات الريفية. كما أن هذه النتائج تضعف ما يقال من أن وسائل وسائل الإعلام غالبا ما تكون غير مفهومة لغالبية الجماهير فى الدول النامية.



غير أنه كما أوضحنا فإن هناك أنواع معينة من الرسائل لا تستطيع وسائل الإعلام توصيلها لجمهور الناس.

### الجدول رقم (٣٥)

#### الهدف من شهادات الاستثمار

النسبة المئوية	العدد	المستوى
٪٣١.٧	٧٩	التوليد
٪١٤.١	٣٥	إستثمار المبالغ المتجمعة في مشروعات جديدة
		الدولة
٪٣٦.١	٦٥	مجرد نوع من أنواع التوزيع له مكسب معين
٪١٥.٧	٣٩	في خدمة الإقتصاد القومي
٪٢.٤	٦	أكثر من سبب واحد
٪١٠.٠	٢٥	لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٢١٩	الإجمالي

#### وسائل الاعلام وزيادة الطموح

تحدث عملية التنمية - عادة - مع وجود زيادة في الطموح، أي أنه لا بد من حث الناس وإثارتهم للمناخلة من أجل حياة أفضل ومن أجل زيادة في التنمية القومية. ومن المعتقد أن وسائل الإعلام قادرة على زيادة الطموح الشخصي والقومي. وبالتالي فإننا نفترض أن: التعرض لوسائل الإعلام متصل بزيادة طموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.

وقد تم تحليل بيانات المسح الذي أجرى بقها للتحقق من صحة هذا الافتراض واختبرنا آثار وسائل الإعلام في إثارة طموح الفرد. وبسؤال أفراد العينة عما إذا كانوا يعتقدون أن الفرد سيتأثر بفوائد إعادة فتح قناة السويس، يوضح

الجدول رقم ٣٦ أن ٩٠٪ من أفراد العينة أجابوا بالإيجاب، بينما أجاب ٨٪ بالنفي، ولم يجب ٢٪ على هذا السؤال.

وقد انعكست السياسة الجديدة للحكومة، التي تعتمد على التوفيق بين متطلباتها وبين إشباع رغبات الأفراد وتحقيق الرفاهية لهم، على إجابات الأفراد إذ قال أحد أفراد العينة على سبيل المثال أليس إعادة فتح قناة السويس قراراً حكومياً...؟ إذن فهو في صالحنا تماماً.

### الجدول رقم (٣٦)

#### الطموح الشخصي والقومي

#### بشأن تأثير الفرد العادي بفوائد إعادة فتح القناة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
- نعم أعتقد	٢٢٤	٩٠٪
- لا أعتقد	٢٠	٨٪
- لا إجابة	٥	٢٪
الإجمالي	٢٤٩	١٠٠٪

ولاختبار وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والطموح الفرد فيما يتعلق بتأثيره بفوائد إعادة فتح قناة السويس استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> حيث كانت كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوي ١٢.٢١٢ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٣.٨٤١ تبين أنه يوجد فرق معنوي بين الذين تعرضوا للراديو والذين لم يتعرضوا له بالنسبة لطموحهم بشأن فوائد إعادة فتح قناة السويس.

ومن هنا يمكن القول بأن التنمية القومية وقوة الدولة وعظمتها مرتبطة بالطموح الشخصي لأفراد العينة.

وفيما يتعلق بطموح أفراد العينة بالنسبة لأوجه نشاطهم في الحياة، يبين الجدول رقم ٢٧ أن ٤١.٤٪ منهم يرغبون في تحقيق مستوى أفضل للحياة من مآكل ومسكن وملبس وانتقاله وأن ١١.٢٪ منهم لديهم طموح لتعليم أنفسهم وأولادهم، وأن ٢٧.٢٪ منهم لديهم تطلعات استثمارية، وأن ١٠.١٪ لم يروا على هذا السؤال.

الجدول رقم (٢٧)

الوان الطموح الشخصي

الدرجة للدرجة	العدد	الطموح
٢٨.١٪	٧٠	- اشترى أرضاً أو ماشية
١.٦٪	٤	- أوفر التقود أو اشترى شهادات استثمار
٤٠.٢٪	١٠٠	- أغير في طريقة حياتي إلى مستوى أفضل
٢.٤٪	٦	- اشترى آلات حديثة للزراعة
٨.٠٪	٢٠	- أرسل أولادي إلى الجامعة أو المدرسة
١.٢٪	٣	- أترك القرية السكن في المدينة
٥.٢٪	١٢	- اشترى غيلزبون أو رايبو
٢.٢٪	٨	- أذهب لأتلم في المدرسة.
١٠.١٪	٢٥	- لا إجابة على هذا السؤال
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالي

وتبدو هذه الإجابات متناقضة مع نتائج بعض الدراسات التي أجراها بعض الباحثين في هذا المجال والتي أظهرت أن معظم الفلاحين يتميزون بانخفاض طموحهم إلى أقصى درجة نتيجة لقلة الموارد، وانغلاق القرى، والأسلوب القاسي في تربيتهم في طفولتهم وأنهم مستغلون بواسطة الآخرين كنتيجة للظروف الراهنة الصعبة التي خلقها عهد الاستعمار<sup>(١)</sup>.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 243

هذا وقد قمنا باختبار العلاقة بين طموح الفرد والتعرض لوسائل الإعلام، واستخدمنا في ذلك اختبار كا<sup>٢</sup>، حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٢٩٠.٩٦ مقابل كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠.٠٥، وتساوي ٥.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها فيما يتصل بالوان الطموح.

ومما تقدم يمكن القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متحصل بزيادة ألوان الطموح الشخصية.

#### الجدول رقم (٢٨)

##### ألوان الطموح لدى الآباء تجاه أولادهم

الطموح	العدد	النسبة المئوية
١- فلاح	١٢	٪٤.٨
٢- ضابط جيش أو بوابس	٢٨	٪١٥.٢
٣- محامي أو قاضي	١٠	٪٤.٠
٤- طبيب أو مهندس	١١٧	٪٤٧.٠
٥- موظف حكومي	٣٢	٪١٢.٩
٦- عامل فني	١٢	٪٤.٨
٧- ممرض أو ممرضة	١	٪٠.٤
٨- مدرس	١١	٪٤.٤
٩- أي مهنة أخرى	-	-
١٠- لا إجابة على هذا السؤال	١٦	٪٦.٤
الإجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

والوان الطموح التعليمي، سواء التعليم العالي أو الفني، من جانب الآباء تجاه أبنائهم شرط أساسي آخر للتغيير الاجتماعي وبالتالي للتنمية، ولقد تكررت هذه الألوان كثيراً في عينتنا. والجدول رقم ٢٨ يوضح ذلك ويبين أن ٪٦٦.٢ من العينة

لديهم طموح مرتفع (أو عال) إذ ياملون أن يكون أبنائهم أطباء أو مهندسين أو ضباطاً أو محامين، وأن ١٧.٢٪ لديهم طموح متوسط حيث ياملون أن يصبح أولادهم من موظفي الحكومة أو المدرسين، وأن ١٠٪ لديهم طموح منخفض حيث يريدون أن يكون أبنائهم فلاحين أو عمال أو مرضيين وممرضات، وأن ٦.٤٪ فقط من أفراد العينة لم يجيبوا على السؤال.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن ١٧.٥٪ من أفراد العينة لديهم أولاد التحقوا أصلاً بالمدارس كما يوضح ذلك الجدول رقم ٣٩. وأن ٤١٪ من أفراد العينة لديهم أبناء حاصلون على شهادات علمية كما يوضح ذلك الجدول رقم ٤٠. ولهذين الجدولين دلالة هامة وواضحة وهي أن القرويين لا يتجهون فقط إلى تعليم أبنائهم القراءة والكتابة بل إنهم يحثون أبنائهم على مزيد من الدراسة.

### الجدول رقم (٣٩)

عدد الأبناء الملتحقين بالمدارس

النسبة المئوية	العدد	عدد الأبناء
٪٢٥.٢	٦٣	- لا يوجد
٪١٦.٥	٤١	- واحد
٪١٨.٥	٤٦	- إثنان
٪٢٦.١	٦٥	- ثلاثة أو أربعة
٪٤.٠	١٠	- خمسة أو ستة
٪٧.٤	٦	- أكثر من ستة
٪٧.٢	١٨	- لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

ولاختبار العلاقة بين طموح الآباء تجاه أولادهم والتعرض لوسائل الإعلام استخدمنا اختبار كاي<sup>٢</sup>، حيث كانت كاي<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوي ١٤.٧٥٦ بينما كانت كاي<sup>٢</sup> الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠.٠٥ وتساوي ٥.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تعرضوا لوسائل الإعلام ومن لم يتعرضوا لها فيما يتصل بالطموح تجاه الأولاد.

ومن ثم يمكننا القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه أولاده.

#### الجدول رقم (٤٠)

##### عدد الأبناء الحاصلين علي شهادات علمية

النسبة المئوية	العدد	عدد الأبناء
٪١٩.٨	١٢٤	- لا يوجد
٪١٧.٧	٤١	- واحد
٪١٢.٢	٢٣	- إثنان
٪٨.٠	٢٠	- ثلاث أو أربعة
٪١.٦	٤	- خمسة أو ستة
٪٠.٤	١	- أكثر من ستة
٪٩.٢	٢٣	- لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٦٤٩	إجمالي

هذا ولقد أظهر هذا الفصل من الكتاب أن وسائل الإعلام تشجع الطموح الشخصي والقومي، وأن أفراد العينة التي أجريت عليها الدراسة في قرية «قها» يرغبون حقاً لأنفسهم ولأولادهم حياة أفضل من حياتهم الحالية.

## الخلاصة:

يمكن أن نستخلص من هذا الفصل ما يلي:

- ١ - أن وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية في نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الإتصال المباشر وهو ما توصلنا إليه فيما قبل.
- ٢ - أظهرت هذه الدراسة أن رسائل معظم وسائل الإعلام تصل إلى غالبية الجماهير مباشرة وبقاعية.
- ٣- تشير هذه الدراسة إلى وجوب علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والادراك الاجتماعي .
- ٤- التعرض لوسائل الاعلام يوسع أفاق الفلاحين ويوجه اهتمامهم الى المسائل القومية أكثر من المسائل المحلية .
- ٥- التعرض لوسائل الاعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.
- ٧- تميل رسائل وسائل الاعلام الى ان تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشتونها.





# الفصل الحادى عشر

## دور وسائل الاعلام فى

### عملية اتخاذ القرار

#### مقدمة :

اشرنا فيما تقدم الى أن التنمية هي نوع من التغيير الاجتماعى فتدخل الأفكار المستحدثة الى النظام الاجتماعى لتحسين مستويات المعيشة وزيادة الدخل القومى ويحل الفرد عن طريق استخدام طرقا أحدث للانتاج ومن خلال عمل المنظمات الاجتماعية المتطورة (١).

وسيناقش هذا الفصل ذلك من خلال التعرض لدور وسائل الاتصال حيث نعرض أولا للأفكار المستحدثة ودور وسائل الاعلام فيها ثم نعرض لمشكلة تزايد اعداد السكان ودور الاتصال فيها.

#### الأفكار المستحدثة

وهي رأينا أن تبني الابتكارات والأفكار المستحدثة عنصر جوهري فى عملية العصرية والتنمية. والفكرة المستحدثة هي فكرة أو ممارسة أو موضوع يدرسه فرد باعتباره جديداً وتبنى هذه الفكرة هو أحد مظاهر أسلوب الحياة المتغير، سواء كانت الفكرة المستحدثة فى مجال الزراعة أو الصحة أو تنظيم الأسرة أو السياسية وهذا التبنى هو فى معظم الأحوال تغيير سلوكى أكثر مما هو تغيير إتجاهى أو إدراكى كما أن تبني الأفكار المستحدثة هو الاختبار الحقيقى لمعرفة ما إذا كان الفرد يقبل أسلوباً للحياة أكثر تعقيداً ومتقدماً تكنولوجياً وسريع التغيير أو لا يقبله.

والجديد فى أى فكرة مستحدثة لا يكون بالضرورة فى معرفة جديدة، إذ قد تكون الفكرة المستحدثة معروفة لفرد لبعض من الوقت، بمعنى أن يكون مدركاً للفكرة،

---

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

قبل أن يظهر نحوها إتجاهاً مؤيداً أو غير مؤيد ويتبنّاها أو يرفضها. وعليه فقد يكون التغيير من حداثة الفكرة المستحدثة في المعرفة أو في الاتجاه أو في قرار استخدامها<sup>(١)</sup>.

### خصائص الأفكار المستحدثة

لا ينبغي أن نفترض، كما كان يحدث كثيراً في الماضي، أن كل الأفكار المستحدثة تتشابه في أسلوب تحليلها. ويظهر ذلك بوضوح بالنسبة للتقييم والحبوب باعتبارهما من الأفكار المستحدثة في تنظيم الأسرة. فالتقييم قد يستغرق إنتشار تبنيه عشرين عاماً في بلد ما، بينما تتطلب الحبوب خمس سنوات فقط للوصول إلى نفس درجة الاستخدام<sup>(٢)</sup>.

ومن ثم فإن خصائص الأفكار المستحدثة كما يدركها المستقبليون لها تعتبر عاملاً هاماً في تحديد المعدلات اللازمة لتبنيها. وهذه الخصائص هي:

#### ١ - الفائدة النسبية : Relative Advantage

وهي الدرجة التي يدرك الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة أفضل من سابقتها. هذا ويمكن قياس درجة الفائدة النسبية من وجهة النظر الاقتصادية، كما يمكن قياسها أيضاً من طريق الهيبة الاجتماعية، وتقاس كذلك على أساس درجة ملاءمتها ورضاء المستقبلين عنها. والذي يهمنا في الحقيقة هو أن يدرك الفرد أن الفكرة المستدثة مفيدة. وكلما زاد إدراك المجتمع الفائدة النسبية للفكرة المستدثة كلما زادت سرعة معدل تبنيها.

#### ٢ - الملائمة : Compatibility

وهي الدرجة التي يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستدثة ملائمة أو تتفق مع القيم الموجودة في المجتمع، ومع خبرات الماضي واحتياجات المستقبلين، والفكرة

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 15.

(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

التي تتلام مع القيم والعادات السائدة في النظام الاجتماعي ومع الخبرات السابقة والاحتياجات العالية للمستقبلين، لن يتم تبنيها بنفس معدل سرعة تبني الفكرة المستحدثة الملائمة.

ولتبني فكرة مستحدثة غير ملائمة، يقتضي الأمر - غالباً - أن يسبقها تبني لنظام جديد من القيم. وعلى سبيل المثال فإن تبني وسائل تنظيم الأسرة قد يتطلب القبول مسبقاً بنمط الأسرة الصغيرة.

### ٣ - التعقيد: Complexity

وهي الدرجة التي يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة صعبة - نسبياً - على الفهم مما يؤدي إلى صعوبة استعمالها. هذا ونجد أن معظم أعضاء النظام الاجتماعي لديهم الاستعداد لفهم بعض الأفكار المستحدثة. أما البعض الآخر من الأفكار المستحدثة فلا يلقي نفس القبوله ومن ثم فإن تبنيها يكون أبطأ من تبني الأولى. وعلى سبيل المثال فإن فترة الأمان، وهي إحدى أساليب تنظيم الأسرة، تتطلب على الأقل بعض الفهم من ميكانيكية الإنجاب وهي لذلك قد تعتبر فكرة معقدة.

### ٤ - القابلية للتجربة: Triability

وهي الدرجة التي قد تختبر فيها الفكرة المستحدثة على نطاق محدود. والأفكار المستحدثة التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع، بصفة عامة، من الأفكار المستحدثة التي لا يمكن تجربتها. هذا ويهم أن نقرر، بصفة جوهرية، أن الأفكار المستحدثة التي يمكن اختبارها نقل مخاطرها من وجهة نظر الفرد الذي يقيمها. وعلى سبيل المثال، فإن حبوب منع الحمل سهلة الاختبار - حيث يتم تجربتها - وذلك فإن فرصة تبنيها أكبر من فرصة تبني فكرة مستحدثة أخرى يصعب تجربتها كالتعقيم مثلاً.

### ٥ - إمكانية الملاحظة: Observability

وهي الدرجة التي تكون فيها نتائج الفكرة المستحدثة مرئية للآخرين. وكما

سهل على الفرد أن يرى نتائج الفكرة المستحثة، كلما زاد احتمال تبنيه لها. ومن  
المعلوم أن إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحثة في تنظيم الأسرة أقل بكثير من  
إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحثة في الزرعة مثلاً كالأفكار المستحثة عن  
المخصيات الكيميائية والمحاصيل الجديدة المتنوعة.

فإذا تواجبت الفكرة المستحثة بالخصائص المذكورة، فينبغي - إذا كان لها  
أن تنتشر إلى أبعد من مخترعها - أن يأخذ الاتصال مكانه بين المرحل والمستقبل.  
وهنا نحول انتباهنا إلى قنوات الاتصال المستخدمة لنشر الفكرة المستحثة.

### قنوات الاتصال

من المتفق عليه أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون ذات نفع عظيم في عملية  
اتخاذ القرار التي هي عنصر أساسي في عملية التنمية الاجتماعية.

هذا وسنحاول في هذا الفصل أن نقيم دور وسائل الإعلام في عملية اتخاذ  
قرار من أجل تبني ابتكار أو فكرة مستحثة.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تعاون بطريقة غير مباشرة فقط في عملية اتخاذ  
القرارات للتنمية ذلك أن هذه العملية تتطلب في كثير من الأحوال تغيير الاتجاهات  
الراسخة أو الممارسات ذات القدر لدى الأفراد. ولم يثبت أن لوسائل الإعلام  
فاعلية في التغلب على الاتجاهات والقيم أو التقاليد الاجتماعية الراسخة. وهذه  
التقاليد تعتبر راسخة لأسباب كثيرة، منها أنها وجدت مجزية على مدى زمن  
طويل<sup>(١)</sup>. كما أنها غالباً ما تكون، من وجهة النظر الاجتماعية، موضع رضى العائلة  
أو غيرها من الجماعات ذات المكانة الهامة عند الفرد. كما أن الفرد عادة ما يشعر  
أنه هو نفسه جزء من مثل هذه الاتجاهات والعادات وأن تغييرها يسبب له ألماً  
شخصية ورياءد بينه وبين الحياة والرفاق الذين يتعايش معهم ويتعاطف معهم. ومن  
هنا فإن هذه التقاليد الاجتماعية الراسخة تجد من يدافع عنها دفاعاً قوياً.

---

(1) Schamm, 1964, op. cit., p. 132.

ويمكن لنا أن نتعرف على مدى قوة هذا الدفاع إذا ما طالعنا الدراسات التي أثبتت أن النفس الإنسانية يمكن أن تذهب إلى أقصى مدى في صد النقد الموجه إلى والهجوم على المعتقدات والاتجاهات الراسخة. وعادة ما يختار الناس ما يؤيد معتقداتهم القوية من أنباء أو إذاعات أو مقالات ولا يأخذون أو لا يتذكرون ما فون ذلك<sup>(١)</sup> وإذا تصادف وحصلوا عن طريق وسائل الإعلام، على معلومات ليست في صالح معتقداتهم القوية فمنهم، غالباً، يلجئون إلى تفسيرها أو تحريفها.

ويعتقد شرام أن السيطرة الاجتماعية المباشرة على الاتجاهات تأتي، في معظم الأحوال، عن طريق العلاقات الاجتماعية بواسطة الأشخاص الذين يعجب بهم المرء ويحترمهم، أو بواسطة الجماعات التي ينتمي إليها المرء أو يتطلع للانتماء إليها<sup>(٢)</sup>. ومن السهل فهم ذلك، إذ أن الفرد يتمتع بقسط كبير من تجاربه الممتعة في نطاق الجماعة، سواء كانت الجماعة العائلية أو جماعة العمل أو جماعة الترفية المكونة من أخلص الأصدقاء في النادي، أو الجماعة المعتقدة نفس المبادئ السياسية أو الجماعة التي تشاركه الثقافة وتستمتع بها. وهكذا يتعلم الفرد في أي من هذه الجماعات أن يؤدي دوراً معيناً وأن يتبع قواعد معينة.

ومن ثم فإن ميكانيكية الاتصال المباشر والقرار الجماعي هما الأساس في عملية اتخاذ القرار. ووسائل الإعلام تستطيع هنا أن تعاون بطريقة غير مباشرة بتفنية المناقشة بالمعلومات، ويخلق الإدراك، ويتوضيح القضايا المثارة.

هذا ويمكن أن نستنتج من البحوث التي أجريت عن الاتصال وظائف أساسية لوسائل الإعلام في عملية نشر الأفكار المستحدثة كما يلي<sup>(٣)</sup>:

(1) Festinger, 1962, o op, cit.

lazersfeld, berelson, and Gaudet, 1948, op. cit.

Berelson, Lazarsfeld, and Mc phee, 1954, op. cit.

(2) Schramm, 1973, op. cit., p. 133.

(3) - UNESCO, Communication Media, Family Planning & Development, Population Communication: Technical Documentation, Paris: No. 1 : 1975, p. 23

## وظائف الاتصال لنشر الأفكار المستحدثة:

### ١ - وظيفة الحث : Motivation

وهذه الوظيفة تتمثل في البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتبني والحث، بصفة عامة، على تبني فكرة مستحدثة مثل تنظيم الأسرة.

### ٢ - وظيفة التقييم : Evaluation

وهي تتمثل في البرامج المصممة لتقييم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين ويبحثون عن مواد إضافية - وصفية أو تحليلية - لكي تساعد على تقييم ما يبحثون فيه.

### ٣ - وظيفة الإخبار Information

وهي الرسائل القصيرة التي يقدم بها تقديم الفقرات الإخبارية البسيطة مثل إعطاء معلومات عن أماكن وجود العيادات الطبية وعدد ساعات العمل بها.

### ٤ - وظيفة التعزيز Reinforcement

إنه للاهتمام بموضوع ما أو الحفاظ على عادة معينة، فإنه يجب أن تقوم بعملية تعزيز. ففي مجال تنظيم الأسرة، حيث يجب التمسك والالتزام بوسائلها، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب.

### ٥ - للوظيفة المهنية : Professionals

وهي البرامج المصممة لمجموعات والأفراد المرتبطين مباشرة بأعمال التنمية مثل البرامج التي تعد للعاملين في ميادين التنمية والمدرسين والأطباء والقبائل.

هذا ونعتقد أن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى خلق اتجاه مؤيد، بصفة عامة، للتغيير ولكن هذا التعرض نادراً ما يؤدي إلى تغيير اتجاهات محددة بالنسبة للأفكار المستحدثة، وخاصة الاتجاهات الراسخة مثل الاتجاهات المتصلة بتنظيم الأسرة.

ويخلص روجرز Rogers وسفيننج Svenning من تحليلهما الذي إجرياه في كواومبيا بأن الدور الرئيسي لوسائل الإعلام قد يكون في خلق مناخ العصرية Climate of Modernization أكثر منه في تقديم التفاصيل المحددة المطلوبة لتبنى الأفكار الحديثة (١).

وفي رأينا أن مناخ: العصرية وهو مزيج من مطموه الفرد واتجاهاته ومعتقداته وسلوكه؛ هو الذي يكون ميله العقلى إلى التغيير. هذا وإن الفرد الذي تصف بأنه يتمتع بمناخ العصرية يمكن أن يتحلى بالخصائص التالية:

١ - البحث النشط عن المعلومات عن الأفكار المستحدثة. وهذا الفرد يعرف أن بيئته تتغير وأنه من المهم له أن يسعى إلى فهم هذه التغييرات، بدلا من أن يعتمد على الوسائل التقليدية في التغلب في مشكلاته.

٢- الاتجاه المؤيد للتغيير. والفرد الذي يمتلك مناخ العصرية يهتم بالأفكار المستحدثة ولا يرفضها بمجرد أنها أفكار جديدة بل يعمل على دراستها وفهمها أولا.

٣- التطلعات الأعلى. هذا الفرد يرغب في الحصول على أكثر مما لديه، سواء كان ذلك فيما تعلق بمستوى معيشته أو قسط التعليم والمكانة المهنية التي وصل إليها هو وأولاده.

٤ - الانضباط الذاتى المحسوس Perceived Self-Control. وحيث يعتقد أن بإمكانه السيطرة أو التحكم في مستقبله مفضلا ذلك على أن يترك مستقبله بين أيدي الآخرين أو أن يتركه للقدور. هذا وإن مثل هذا الاعتقاد من الانضباط الذاتى أمر ضرورى للفرد حتى يمكن أن يؤيد تبنى الأفكار المستحدثة كوسيلة ملائمة لتحسين حياته.

---

(1) Rogers and Svenning, 199, op. cit., p. 116.

وفي رأينا أن مناخ المصرية يعد تمهيداً للأرض الخصبة لتبني الأفكار المستحقة.

هذا ويرى روجرز أن قناة الاتصال التي تصل بها الأفكار المستحقة إلى المستقبل مهمة أيضاً في تحديد قراره بتبني أو رفض الابتكار. ومن المعتاد أن اختيار قناة الاتصال يتوقف على المصدر. ويجب أن يتم هذا الاختيار في ضوء الغرض من عملية الاتصال والجمهور الذي ستبحث له الرسالة فإذا كان هدف المصدر مجرد أن يبلغ المستقبل بالفكرة المستحقة فغالباً ما تكون قنوات وسائل الإعلام هي الأسرع والأكثر خاصة إذا كان الجمهور المستقبل كبير العدد<sup>(١)</sup>.

ومن المعلوم أن قنوات وسائل الإعلام هي كل الأدوات التي تنقل الرسائل الإعلامية وهي تتضمن، ضمن ما تضمنته، الصحيفة والراديو والتلفزيون التي تمكن مصدراً واحداً أو مجموعة قليلة من الأفراد من الوصول إلى جمهور عريض.

وفي الناحية الأخرى، إذ كان هدف المصدر إقناع المستقبل بتكوين اتجاه مؤيد للابتكار، فإن الاتصال المباشر يكون أكثر فاعلية. والاتصال المباشر يتضمن تبادل الرأي وجهاً لوجه بين المصدر والمستقبل<sup>(٢)</sup>.

ومع ذلك فإنه في ظروف معينة تكون تأثير وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات لتأييد الفكرة المستحقة مساوياً لتأثير الاتصال المباشر ومن هذه الظروف ما يلي:

١- عندما تكون الاتجاهات غير راسخة lightly held.

٢- عندما يمتلك المرسل، وتكتسب، القناة درجة عالية من الثقة في نظر المستقبلين.

(1) Rogers 1973, op. cit., p. 262.

(2) Rogers 1973, op. cit., p. 271.



٣ - عندما تكون هناك درجة عالية من التجانس بين المصدر والمستقبل.

٤ - عندما تستخدم عدة قنوات لوسائل الإعلام في مزيج واحد وبالتالي فإن تأثير كل منها يعزز تأثير الأخرى.

ومن كل ما تقدم، نستطيع القول أن إختيار قناة الاتصال ينبغي أن يتم في ضوء هدف الاتصال والجمهور المستهدف. إن قناة الاتصال، التي تصل بها الأفكار المستحدثة إلى المستقبل، تعتبر وسيلة هامة في تحديد قراره في تبني الفكرة المستحدثة أو في رفضها. وإذا كان هدف المرسل هو مجرد إخبار المستقبل بالفكرة المستحدثة، فإن قنوات وسائل الإعلام هي الأسرع والأكثر خاصة إذا كان الجمهور ضعفاً وعريضاً.

وفي ضوء ما ذكرناه في هذا الفصل يمكن لنا أن نصوغ لفترضنا العام على النحو التالي:

في عملية اتخاذ القرار بشأن الابتكار أو الفكرة المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبياً في مرحلة المعرفة، بينما تكون القنوات المباشرة أهم نسبياً في مرحلة الإقناع وسنبين هنا في الصفحات التالية.

### عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة

إن عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي عملية ذهنية، أي تحصل بعقل الفرد. ذلك أنه ينتقل من خلال تفكيره من مرحلة المعرفة الأولى بالفكرة المستحدثة إلى مرحلة اتخاذ قرار بتبنيها أو رفضها، ثم إلى تأكيد هذا القرار.

ويضع روجرز "Rogers" وشوماكر "Shoemaker" إطاراً يتضمن أربع وظائف أساسية في هذه العملية<sup>(١)</sup>. وهذه الوظائف هي:

(1) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., p. 132.

١ - المعرفة : حيث يتعرض الفرد لوجود الفكرة المستحدثة ويحصل على بعض الفهم عن كيفية تحقيقها.

٢ - الاقتناع : إما أن يكون الفرد إتجاها مؤيداً للفكرة المستحدثة أو أن يكون إتجاها ضدّها.

٣ - القرار : ينهك الفرد في الأنشطة التي تؤدي به إلى اختياره، إما بتبني الفكرة المستحدثة أو برفضها.

٤ - تأكيد القرار : إما أن يسمى الفرد إلى تدعيم القرار الذي اتخذه بشأن الفكرة المستحدثة بأن يؤكده ويستمر في تنفيذه، أو أن ينقلب على قراره السابق إذا تعرض إلى رسائل متناقضة حول الفكرة المستحدثة.

ولكى نوضح هذه الوظائف أو المراحل الأربع في عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة فسوف نقوم بمناقشتها من خلال التعرض إلى حملة تنظيم الأسرة.

## دور الاتصال

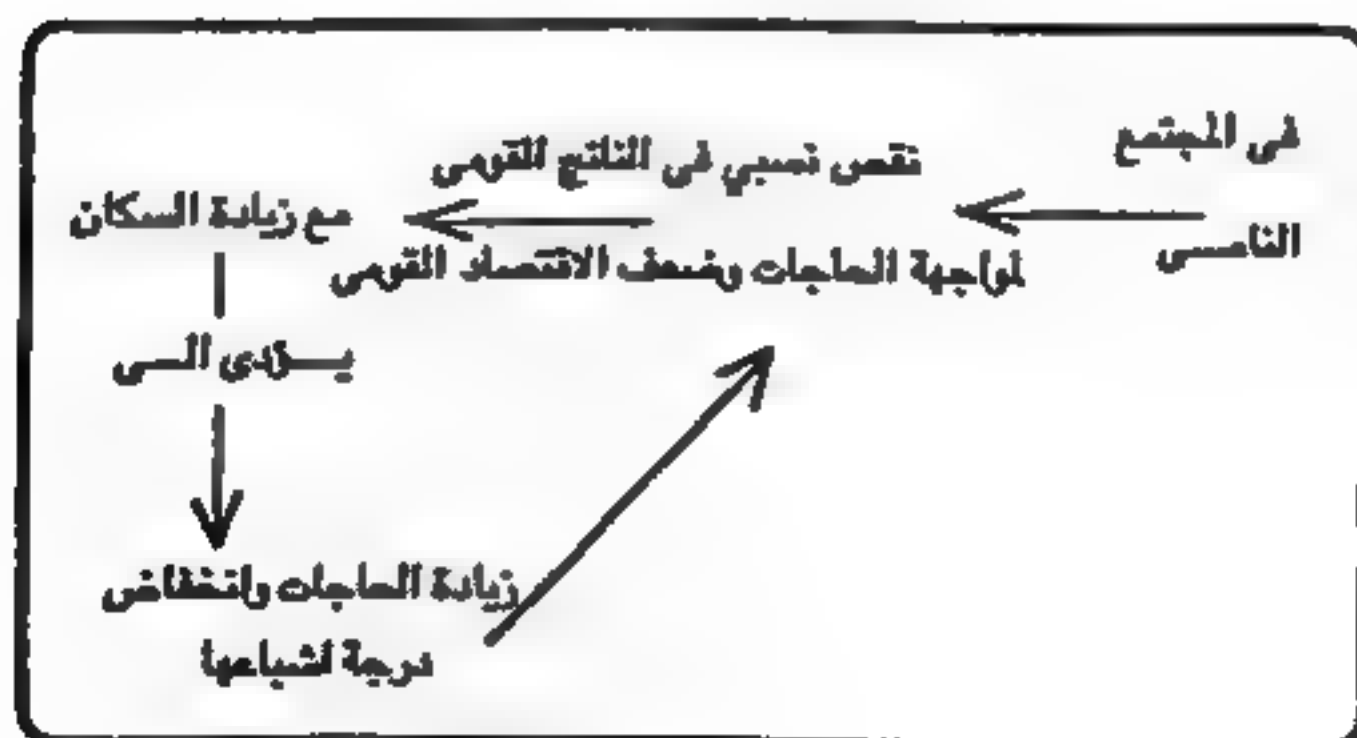
### في مشكلة التضخم السكاني

ينصب، عادة مفهوم المشكلة السكانية على التزايد السكاني بمعدلات سريعة هذا التزايد الذي يعد مصحاً من سمات الدول النامية، أو الأقل نمواً وازيادة التصق في مفهوم المشكلة السكانية نجد ان تلك المشكلة قد تظهر في دول متعددة لاسباب تتبع اساساً من طبيعة التركيبة السكانية وحاجاتها . ومن المعلوم ان السكان في كل مجتمع - وليس النامي فحسب - مشكلات متعددة يمكن تصنيفها تحت المشكلة الرئيسية الام وهي عدم تلبيته الحاجات: حاجات الفرد والمجموع وكذا حاجات حكوماتهم، وهي حاجات متنوعة ومختلفة في المجتمع الواحد وبين المجتمع والاخر.

ولذلك فان نوعية وطبيعة وحجم المشكلة السكانية تختلف بين هذا المجتمع وذاك نتيجة لاختلاف تلك الحاجات التي تعتمد على عوامل متعددة مثل طبيعة وخصائص السكان وحجم الثروة الطبيعية للمجتمع ومعدلات الناتج والاستهلاك

والدخل القومي ومعدلات استخدام التكنولوجيا المتقدمة فيه وعوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية اخرى كثيرة. ومهما يكن من امر فانه من الظواهر الهامة للمشكلة السكانية انه لا بد وأن يكون لها في النهاية تأثير ما على لقتصاديات المجتمع. فمثلا من اهم حاجات المجتمع النامي واكبرها يستهلك السلع الاستهلاكية التي في مقدمتها المواد الغذائية وهي تصنف كحاجات اساسية لسكان تلك المجتمعات ومن ضرورات الحياة (غذاء - كساء ...) فيزداد استهلاكهم منها بدرجة اكبر كثيرا من استهلاكهم من السلع الكمالية و السلع الرفاهية. والعكس صحيح في المجتمعات المتقدمة اذ يسمى سكانها الى اشباع حاجاتهم من سلع الرفاهية بدرجة اكبر من حاجاتهم الاساسية. ويرجع ذلك بصفة رئيسية الى ان اقتصاد المجتمعات النامية لا يكون عادة متعششا الى درجة يمكن معها تلبية متطلباتهم من اساسيات الحياة وايضا متطلباتهم من الكماليات فيقتصر الامر على محاولات لجرد تلبية النوع الاول من الحاجات. ولذلك فانه من الطبيعي ان يكون لزيادة عدد سكان تلك المجتمعات تأثير مباشراً يؤدي الى ازدياد حاجاتهم من ضرورات الحياة فاذا كان الناتج القومي، لا يغطي تلك الحاجات ازدياد درجة عدم تلبية الحاجات وازدياد المشكلة.

### الحاجات والناتج القومي وبرجة الاشباع



انّ زيادة القوة البشرية (١) - رغم أهميتها كعنصر هام ولاغنى عنه للإنتاج - في المجتمعات النامية يترتب عليها، عادة زيادة الحاجات وبالتالي زيادة الاستهلاك ونقص كمية الانتاج القومي وبالتالي نقص الباقي منه للتصدير بل وانعدامه - من بعض المنتجات - أحياناً. فالزيادة السكانية في هذه المجتمعات غير الفنية، الضعيفة اقتصادياً، من حد معين تعتبر أنّ مشكلة. ويمكن أن تنقسم القوة البشرية في أي مجتمع إلى قسمين رئيسين:

أ- قوة عاملة ومنتجة. ب - يد غير عاملة أو غير منتجة.

وحتى تحقق العمالة كقوة بشرية - المنافع المرجوة منها فلا بد أن تعمل بمعايير Standards متعارف عليها وبحيث تكون إنتاجيتها productivity بالمعدلات Quantity المناسبة وبالجودة Quality المطلوبة وبالتالي تكون السلع المنتجة والخدمات المقدمة للمجتمع على أعلى مستوى ممكن فيزداد الكم المنتج وتحسن نوعيته ويزداد التصدير منه ثم الدخل القومي.

أما إذا لم تحقق العمالة - في أ- ذلك وأم تعط استفادة utilization كاملة كمقابل match يزيد على، أو يعادله تكلفة الاجور التي تحصل عليها، أصبحت هذه العمالة، في تلك الجزئية، غير منتجة. فإذا أضفنا لهذا الجزء غير المنتج الأيدي غير العاملة - في ب- وهي أما عمالة في وظائف لا تغطي أي انتاج لعدم وجود اعمال لهذه الوظائف بالفعل- وهي ما يطلق عليها البطالة المقنعة - masked employment أو افراد ليست لهم وظائف سواء كانوا قانرين على العمل ويريدونه أو لا يريدونه رغم انهم يستطيعون القيام به، ثم غير القانرين على العمل كالاطفال والشيوخ والمجزة، يتضح حجم المشكلة التي يجب التغلب عليها بأن تغطي العمالة المنتجة أعباء الأيدي غير المنتجة.

---

(١) لمزيد لتترو :

• ملزمة هذه الطبيعة .

• هيئة الامم المتحدة - برنامج المؤتمر الدولي للسكان والتنمية ، موجه سابق .

والتركيبة المذكورة قائمة في كل مجتمع غير انه في المجتمع الصناعي المتقدم تعطى العمالة المنتجة (مع الثروات الطبيعية) الناتج القومي الذي يقى بالاستهلاك القومي ويزيد للتصدير، في حين ان الامر غير ذلك في المجتمع النامي حيث تزداد حاجات سكانه واستهلاكهم عن الناتج القومي فيضطر الى اللجوء الى الغير.

### مفهوم المشكلة السكانية :

نعني بالمشكلة السكانية أنها حالة لا يستطيع عندها المجتمع ان يقى بمتطلباته وحاجاته (استهلاكه) فيلجأ للغير لاشباعها (استيراد واقتراض). أي انها حالة تتمثل كثيرا في عدم قدرة المجتمع على الوفاء - ذاتيا - بحاجاته ايا كانت وتحقيق اهدافه فيتحول الى مجتمعات أخرى لتلبيةها فتتم معاملات أو مبادلات تجارية بينه وبين هذه المجتمعات، بعضها قد يرفق باقتصاده، فيزداد حجم الاستيراد عن التصدير ويضطر الى الاقتراض فيزداد اقتصاده ضعفا، وكما أوضحنا فإن حاجات المجتمع وحاجات حكوماته تختلف عادة من مجتمع الى آخر نتيجة عوامل متعددة أي أن أهمية تلك الحاجات بين دولة وأخرى نسبية فما هو هام للمجتمع النامي قد لا يكون كذلك للمجتمع المتقدم والعكس صحيح.

وينبغي أن نوضح نقطة هامة وهي ان زيادة حجم الاستيراد وتقص حجم التصدير ليس دائما سمة لاقتصاد الدول النامية أو دول العالم الثالث، بل قد يظهر هذا العجز (زيادة الاستيراد عن التصدير) في دول متقدمة اقتصاديا مزدهر (جدول تالي). ويتبين من الجدول ان الاستيراد زاد على التصدير سنة ١٩٩٢ في امريكا وفرنسا واسبانيا والنمسا حوالي ١٢٦.٧.٢٥.١٠ مليون دولار امريكي على التوالي رغم ان اقتصاد تلك الدول يبدو - بالمقارنة لدول أخرى - قويا ومتناميا. فالناتج القومي المحلي في نفس السنة في تلك الدول مرتفعا ويبلغ فيها على التوالي حوالي ٥٩٢٠.١٣٢٠.٥٧٥، ١٨٥.٥٧٥، ١٢٢٠.٥٩٢٠.١٤.٢٢، ٢٢.٢٢.١٤.٢٢ الف دولار امريكي. ولكن ومع ذلك فان لتلك الدول الغنية مشكلة اقتصادية.

### العجز والائتاج ومعدل نصيب الفرد (١)

الدولة	الائتاج القومي بليون دولار أمريكي (١٩٩٢)	معدل نصيب للوطن منه (الف دولار) (١٩٩٢)	زيادة الاستيراد من التصدير بليون دولار أمريكي (١٩٩٢)
أمريكا	٥٩٢٠	٢٣	١٢١
فرنسا	١٣٢٠	٢٢	٧
إسبانيا	٥٧٥	١٤	٢٥
ألمانيا	١٨٥	٢٢	١٠

والد تكون مشكلة سكانية وأهل من أهم مظاهر تلك المشكلة الاقتصادية وجود ذلك العجز في المعاملات التجارية الدولية لهذه الدول. وبين لنا ذلك العجز أن الدولة لم تستطع تلبية حاجات مواطنيها ذاتيا فاجأت للاستيراد (الذي تجاوز حجمه التصدير). وتسمى كل دولة من دول العالم باستعمار إن تكفى إمكانياتها (ناتج قومي بما فيه الثروة الطبيعية) حاجات مواطنيها (على اختلاف أنواعها ووفقا لرغبات حكوماتهم) وبالشكل الذي يحقق لها أعلى استفادة ممكنة.

### المشكلة السكانية في مصر

ونجد في مصر أنه بالرغم من أن اقتصادنا في نمو وبمعدلات مرتفعة فإن جانباً رئيسياً من المشكلة السكانية يرتبط ودرجة كبيرة بالزيادة السكانية والكثافة السكانية.

(1) World Bank, World Development Report 1994, Oxford University Press, NY, 1994, pp.163 - 187.

## تزايد عدد السكان :

قبل ان نتعرض للزيادة السكانية في مصر يهم الاشارة الى استثناء هام وهو انه بالرغم من ان التضخم السكاني وارتفاع الكثافة السكانية سمعتين هامتين من سمات المجتمعات في الدول النامية ودول العالم الثالث وعليهما مادة يقع عيب انخفاض معدلات النمو الاقتصادي وانخفاض مستوى المعيشة وبخل الفرد، الا ان ذلك قد لا يعتبر تعميما في كل الاحوال. اذ تبين الاحصاءات بعض المؤشرات الهامة عن كثافة سكانية عالية في بعض الدول ومع ذلك فاقترانها لم يفتأ ولم يضعف كنتيجة لهذه الكثافة السكانية المرتفعة. فمثلا قد تعاني دولة سنجاپور من مشكلة كبيرة في الكثافة السكانية (٢٨٠٠ فرد في الكيلومتر المربع) وعلى العكس من ذلك فان الولايات المتحدة الامريكية لا تعاني من مشكلات ظاهرة تنبع من زيادة السكان او ارتفاع الكثافة السكانية (٢٧ فرد في الكيلومتر المربع) علاوة على انها تعد اقوى دولة في العالم واكثرها استخداما لعلم والتكنولوجيا ومع هذا نجد ان متوسط نصيب المواطن في سنجاپور من قيمة صادرات بلاده سنة ١٩٩٢. يزيد بحوالي ٢٠٩٩٠ دولار امريكي عن متوسط نصيب المواطن الامريكي من صادرات بلاده في ذات السنة حيث يبلغ نصيب الفرد في كل من سنجاپور والولايات المتحدة على التوالي: ٢٢٦٣٨، ١٦٤٨ دولار امريكي.

يضاف الى هذا بل انه لم يترتب على ارتفاع الكثافة السكانية في سنجاپور عنها في امريكا بمعدلات كبيرة زيادة متوسط نصيب الفرد من الناتج القومي في امريكا بمعدلات كبيرة ايضا وانما زاد هذا المتوسط في امريكا عنه في سنجاپور بمعدل ١٧٪ فقط حيث بلغ سنة ١٩٩٢ في كل منها على التوالي ٢٣٢٤٠، ١٥٧٣٠ دولار امريكي.

من هذه الامثلة الواقعية لا يمكن التعميم بان الزيادة السكانية وزيادة الكثافة السكانية هما وحدهما وفي كل الاحوال اساس المشكلة السكانية بالمفهوم الذي نعنيه في دول العالم الثالث بصفة خاصة والدول عموما، بل لابد من تأثير عوامل اخرى في هذا الصدد.

وبعد التعرض لهذه الجزئية الهامة والحاقة لما لوريناه في المقدمة نقول انه في مصر قد تضاعف عدد السكان في خمسين عاما من سنة ١٨٩٧ الى سنة ١٩٤٧ من ٩.٧ مليون نسمة الى ما يزيد على ١٩ مليون نسمة ثم تضاعف ايضا في الثلاثين - وليس الخمسين - سنة التالية. واستمرت الزيادة السكانية حتى بلغ عدد السكان سنة ١٩٨٢ ٤٤ مليون نسمة وفي سنة ١٩٩٢ ٥٤.٧ مليون نسمة والمتوقع سنة ٢٠٠٠ (١) ٦٣ مليون، كما ان متوسط معدل الزيادة السكانية السنوي خلال ١٩٩٢-٨٠ بلغ ٢.٤٪.

ومن المعروف ان من العوامل التي تؤثر على زيادة السكان ويرجع معظمها الى السلوك السكاني، رغم ما تقوم به الدولة في هذا الصدد، مايلي:

١ - ارتفاع معدل المواليد: اذ انه بالرغم من ان الدولة خفضت هذا المعدل حتى بلغ ٢٨.٠٪ سنة ١٩٩٢ إلا انه مازال مرتفعا عنه في بعض الدول النامية ودول العالم الثالث في نفس السنة: ٢.٠٪ تايلاند، ٢١.٠٪ سيريلانكا ٢٥.٠٪ اندونيسيا المكسيك ومرتفعا عن الدول الصناعية المتقدمة: ١٠.٠٪ ايطاليا، والمانيا، ١١.٠٪ اليابان، ١٢.٠٪ النمسا، ١٥.٠٪ كندا.

٢ - انخفاض معدل الوفيات: وقد نجحت مصر، بفضل سياساتها الصحية، في خفض هذا المعدل رغم أن الاضرار بيد الله سبحانه وتعالى من ١٩.٠٪ سنة ١٩٦٥ الى ٩.٠٪ سنة ١٩٩٢ ورغم هذا فإنه مازال مرتفعا عن بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦.٠٪ في سيريلانكا ونيكاراجوا .

٤ - انخفاض معدل استخدام وسائل تنظيم الأسرة: رغم ان هذا المعدل يبلغ في مصر ٢٨٪ فإنه مازال منخفضا بالنسبة لما تستخدمه بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦٦٪ تايلاند، ٦٥٪ كواومبيا وما تستخدمه الدول المتقدمة ٧٨٪ لمانيا الاتحادية، ٧٣٪ المانيا الاتحادية، ٧٣٪ كندا - ٦٤٪ اليابان.

٥ - ارتفاع نسبة الأمية: رغم الجهود التي بذلتها وتبذلها مصر

(1) World Bank, 1994, op. cit., p.210



لخفض نسبة الامية فان معدلها مازال مرتفعاً ويبلغ ٥٢٪ سنة ١٩٩٢ (١) وهذا المعدل اقل منه بكثير في كثير من دول نامية ودول من دول العالم الثالث مثل ٧٪ تايلاند وكوستاريكا، ١٢٪ سيريلانكا.

### **الكثافة السكانية :**

والعمل مما يزيد من عبء مشكلة النمو في عدد السكان- مع عدم كفاية الموارد المتاحة لمقابلة متطلبات هذا النمو- تتركز السكان في مساحة ضيقة طول نهر النيل وفي الحضر:

#### **أ- ارتفاع نسبة الكثافة السكانية:**

فيتمركز معظم السكان (٩٧٪) في مساحة تعادل حوالي ٦٪ من مساحة مصر ويزداد التركز في الاراضي المزروعة التي تصل الى حوالي ٣٪ من المساحة الكلية لمصر. ومن ثم فان الكثافة السكانية المحسوبة على المساحة الكلية قد تبلغ في سنة ١٩٩٢/٥٥ فرد في الكيلومتر المربع واذ حسبنا الكثافة على اساس المساحة المزروعة فانها قد تزيد على ١٨٢٢ فرد في الكيلومتر المربع.

#### **ب- زيادة تركز السكان في الحضر:**

وقد زاد عدد سكان الحضر من ١٧٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٠٧ الى ٤٤٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٧٦ الى ٤٧٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٨٨.

#### **ج- زيادة تركز السكان في القاهرة والاسكندرية:**

وقد ازداد الضغط السكاني وبشدة على القاهرة والاسكندرية حيث يبلغ عدد السكان فيهما حوالي ٦٠٪ من جملة سكان الحضر. وقد بلغت الكثافة السكانية سنة ١٩٨٢ في القاهرة وحدها ٢٦١٤٨ فرد في الكيلومتر المربع.

ومن اهم النتائج المترتبة على كل ذلك:

• نقص الانتاج الزراعي وانخفاض درجة استخدام التكنولوجيا الحديثة.

---

(1) World Bank, 1994 , op . cit , p.162

• نقص نسبي في الانتاج الصناعى خاصة الذى يعتمد فى جانب منه على الانتاج الزراعى (كإنتاج السكر وزيت الطعام والمواد الغذائية بصفة عامة).

• تكس الايدى العاملة وتظهر البطالة المقنعة وعلى الاخص فى الحضر.

• زيادة معدلات الاستهلاك وبصفة خاصة من السلع الاستهلاكية (ومن اهمها المواد الغذائية).

• انخفاض معدلات التصدير.

• انخفاض كفاءة الخدمات فى الحضر (اسكان - مياه - انارة - صرف - صحة - بريد - تليفون)

### عدم كفاية التصدير

يعتبر التصدير واحدا من الموارد الهامة للنوة خاصة من الانتاج الزراعى كالحبوب وبعض المواد الغذائية، فاذا انخفض الناتج منه أثر بالتالى على الناتج القومى، ومع زيادة الاستهلاك وارتفاع معدلات النمو فى عدد السكان، فان الباقي دون استهلاك من بعض انواع المواد والسلع لن يكفى لجلب موارد كافية من التصدير والحاقا لما جاء بالمقنعة المعادلة التالية توضح ذلك:

كمية الناتج السلى = الاستهلاك + التصدير + المخزون السلى القومى.

فكلما زاد الانتاج وامكن تغطية استهلاك المواطنين منه كلما امكن زيادة معدلات التصدير (٥). وبالعكس كلما زادت معدلات الاستهلاك نتيجة للتضخم فى عدد السكان وزاد الناتج القومى لكن بمعدلات لا تكفى هذا الاستهلاك انخفض الباقي للتصدير حتى يبلغ نقطة معينة يبتلع فيها الاستهلاك الناتج القومى فيتم الاستيراد. فاذا بلغنا تلك المرحلة فان الامر يتطلب اعادة المعادلة المذكورة الى وضع التوازن وفيما يلى بعض الاقتراحات فى هذا الشأن.

(٥) ونحتاج ايضا لزيادة التصدير من الخدمات غير الممومة كالخدمات الاستشارية والخدمات التى يقدمها خبراءنا من الفكر وجهود عقلية.

## اقتراحات لعلاج نقص الموارد من التصدير:

للتصدير، وكما هو معلوم، أهمية كبيرة فهو يجلب محله صعبه من ناحية ويساعده، طالما تم تغطية الاستهلاك القومي، في خفض مدفوعات العملة الصعبة للاستيراد، ولكي نرفع كفاءاته فإنه يمكن:

• زيادة الناتج القومي ويتم ذلك بزيادة الاستثمارات في الزراعة والصناعة مع القضاء على البطالة المقنعة.

• رفع درجة جودة الناتج القومي من المواد والسلع التي يمكن تصديرها مع خفض أسعارها، ما أمكن من الأسعار العالمية.

• خفض معدلات الاستهلاك القومي وزيادة معدلات تبني تنظيم الأسرة ومن المتبع في ذلك مثلاً خفض معدلات زيادة المواليد وبالتالي خفض معدلات زيادة السكان وخفض حاجاتهم ثم استهلاكهم.

• زيادة معدلات دراسة التسويق الخارجى وفتح أسواق جديدة.

وقد ارتفع الناتج القومي في مصر من حوالي 1.5 بليون دولار سنة ١٩٦٥ إلى حوالي ٢٢.٦ بليون دولار أمريكى سنة ١٩٩٢ حيث بلغ متوسط نصيب الفرد من ذلك في تلك السنة ٦٤٠ دولار.

## تطور استخدام اصطلاح

### تنظيم الأسرة

يعود أن فكرة تنظيم الأسرة هي واحدة من الأفكار المستحدثة سريعة الانتشار ورغم أن تلك الفكرة لم تستخدم علمياً على نطاق واسع في الكتابات إلا في القرن العشرين فإن وسائل تنظيم الأسرة استخدمها بالفعل قدماء المصريين من آلاف السنين، إذ تبين أنه قد كتب على ورق البردى وصف طبيعى (أى روشة) لضبط النسل، حيث كانت سيدات الطبقة الراقية تستخدم آنذاك عدة وسائل لضبط النسل وفى سنة ١٩١٤ كتبت «مارجريت منجر» فى النورية الشهرية التى تصدرها أن هدف

(1) World Bank, 1994 , op . cit . , p.162

رسالة الاتصال عن ضبط الانجاب هو نقل كلمات قصيرة معدودة عن تلك الفكرة الى الجمهور المثقف. وقد اثار رأيها عن ضبط الانجاب بعض المفكرين على اعتبار ان ضبط الانجاب سياسة للسلوك الانجابي ومن ثم فان تبنيه يتعارض مع حرية الانسان. ورغم هذا فقد استخدم اصطلاح ضبط الانجاب حتى سنة ١٩٣٩ عندما تغيرت التسمية بتشكيل المجلس القومي لتنظيم النسل في بريطانيا ثم تغيرت التسمية سنة ١٩٤٢ عندما تشكلت جمعية تنظيم الاسرة. وفي نفس السنة تشكل في امريكا اتحاد تنظيم النسل ثم تغيرت التسمية الى تخطيط الاسرة عندما تشكل اتحاد تخطيط الاسرة، وتعدلت التسمية في نهاية الاربعينات الى تنظيم الاسرة.

ويمكن اعتبار تنظيم الاسرة البرنامج الذي يؤدي الى، ويساعد على تنظيم الحمل، وقد يهدف احيانا منع الاخصاب كما انه ايضا- وعلى العكس مما تقدم- برنامج يساعد في علاج العقم والانجاب، غير ان هذه الحالة الاخيرة قد تكون قبلة الحدوث وعلى الاخص في الدول النامية. ومن ثم يمكن اعتبار فكرة تنظيم الاسرة مفهوم مرادف لمفهوم تنظيم الحمل وضبط الانجاب والاسرة المنظمة، ويعتبر تنظيم الاسرة هو الاصطلاح الأكثر استخداما في دول العالم لانه يحمل لفظ الاسرة التي تتكون من أب وأم وأولاد في تنظيم معين يصنع فيه الوالدان قرارهما الفعال لصالح الاسرة، ثم المجتمع، بتحديد عدد مرات الانجاب، ومن ثم فان تنظيم الاسرة والسلوك الانجابي مرتبطان برباط وثيق بالمعتقدات الجوهرية للفرد (كأب أو كأم) وهي كامنة في شخصية الفرد وصعبة جدا في التغيير. وذلك فان العبيء على القائمين على تنظيم الاسرة (المخططين والمنفذين والباحثين والمتابعين...) كبير للغاية.

ان من الاهداف الاساسية للعمل بتنظيم الاسرة :

١- منع الانجاب غير المرغوب فيه.

٢- ايجاد فترة بين انجاب طفل وآخر.

٣- خفض العدد المرغوب فيه من المواليد.

٤ - مساعدة الأزواج الذين يعانون من عدم الخصاب.

### نتائج بعض الأبحاث

#### عن دور الاتصال في حلول المشكلة

أوضحنا ان من اهم طرق علاج المشكلة السكانية زيادة الناتج القومي وخفض الاستهلاك ولعل من اهم الاجراءات اللازمة لذلك التوعية باهمية المشكلة والتوعية بضرورة اتباع وسائل تنظيم الاسرة باعتبارها احد الطول الرئيسية لوقفه ثم لتخفيض النمو في عدد السكان وتخفيض حاجتهم.

وقد اجريت دراسات ميدانية متعددة في كثير من دول العالم الثالث بأمريكا اللاتينية وآسيا على دور الاتصال في حملة تنظيم الاسرة كفكرة مستحدثة حيث تبين مايلي:

١- ان الزيارات المنزلية التي يقوم بها المتخصصون في تنظيم الاسرة للمتلقى تعتبر احدى الوسائل الناجحة وضمنها تنظيم الاسرة.

٢ - يمكن استخدام وسيلة واحدة من وسائل الاعلام - كالرايو- لخلق الوعي عن الفكرة المستحدثة على نطاق واسع.

٣ - وفي امكان وسيلة واحدة من وسائل الاعلام اثارة المناقشات حول الفكرة المستحدثة.

٤ - يكون تأثير وسائل الاعلام في نشر الفكرة المستحدثة عن تنظيم الاسرة كبيرا طالما استخدمت معها وسائل الاتصال المباشر مثل نوادي الاستماع وزيارات العاملين في تنظيم الاسرة للمتلقين.

## الحوافز

يمكن اعتبار الحوافز وسيلة هامة من الوسائل التي تساعد على تبني تنظيم الأسرة.

### تعريف الحوافز وأهميتها :

اتبعت كثير من الدول وعلى الأخص دول العالم الثالث أساليب متعددة لزيادة معدلات تبني الجمهور المطلق فكرة تنظيم الأسرة سواء باستعمال وسائل منع الحمل أو منع الإخصاب أو غيرها. ومن الأساليب التي تتبعها الدول لتشجيع الجمهور على التبني وزيادة معدلاته استخدام نظام الحوافز

ويمكن تعريف الحوافز بأنها مدفوعات نقدية أو عينية مباشرة أو غير مباشرة تمنح لفرد أو لفردين أو لمجموعة من الأفراد لكي تشجع على تغيير سلوك ظاهري، ويحدث يترتب على هذا التغيير، عادة، تبني فكرة مستحدثة كفكرة تنظيم الأسرة.

ورغم أن كثيرا من الدول يتبع نظام الحوافز ويعتبر تكاليفه جزءا من ميزانية تنظيم الأسرة مما يدل على أهميته لتلك الدول، فإنه ومع ذلك لم يحظ (نظام الحوافز) بالدراسات والبحوث العلمية، خاصة في الستينات والسبعينات، بما قد لا يعطينا تلميحا علميا على تلك الأهمية وعلى تأثير هذا النظام على تنظيم الأسرة. وقد بدأ استخدام الحوافز في «تاميل نادو» التي كان اسمها «ماراس» بالهند سنة ١٩٥٦ ثم في الباكستان وبنجلاديش واندونيسيا وتركيا وتايوان وماليزيا وكوريا الجنوبية وفانا وموريشيوس ومصر.

### انواع الحوافز :

ويمكن أن تنقسم الحوافز الى عدة انواع حسب المستفيد منها وحسب طبيعتها وتوقيت منحها وغير ذلك.

#### ١- حوافز مباشرة أو غير مباشرة:

فالحوافز قد يستفيد منها المتبني مباشرة وقد يستفيد منها (بطريقة غير مباشرة) الشخص الذي شجع أو ساعد على هذا التبني، كما قد يستفيد كلاهما

منها، ويمكن منح العاملين بالمركز والوحدات الطبية في الريف حوافز (غير مباشرة) وايضا يمكن منح العاملين في مراكز وحملات تنظيم الاسرة حوافز غير مباشرة وذلك اذا ما تحققت معدلات عالية لتبني تنظيم الاسرة.

يضاف الى هذا بانه يمكن العمل بنظام المنافسة حيث يتم التنافس بين المناطق وبعضها على تحقيق اعلى معدلات تبني أو تحقيق معدلات التبني التي يحددها جهاز تنظيم الاسرة، فاذا تم الوصول الى تلك المعدلات يمنح العاملون في مراكز تنظيم الاسرة وفي الوحدات والجهات التي تتولى حملات تنظيم الاسرة (أو في احدهما حسب الاحوال) في المناطق الفائزة، حوافز.

## ٢ - حوافز للفرد أو لجموعة:

وقد تمنح الحوافز للفرد كمكافأة على تبني تنظيم الاسرة كما قد تمنح لجموعة بحيث يكون لكل فرد فيها نصيب متساوي ففي الهند في السبعينات كان يتم اعطاء مستشار القرية حافزا مقداره «٥٠ روبية» لكل عملية تعقيم تتم في القرية.

## ٣ - حوافز ايجابية أو حوافز سلبية:

فتمنح حوافز (ايجابية) لمتبني عندما لا يتجاوز عدد الاطفال ثلاثة، فاذا زاد العدد عن ذلك عوقب الفرد وبالتالي الاسرة بحوافز سلبية كأن تتحمل تكاليف الولادة الرابعة ولا تمنح الام اجازة وضع عن هذه الولادة وهو ما يحدث في بعض الدول الاسيوية.

## ٤ - حوافز نقدية أو عينية:

تمنح الحوافز نقدا أو في شكل غير نقدي مثل هدية ففي الهند كان يمنح الشخص الذي يتبنى تنظيم الاسرة شعاعا أو ميدالية أو شارة أو ابريق شاي وهو ما اتبع في الاسكندرية في السبعينات كما قد يمنح المتبنين بعض المواد الغذائية كما حدث في الهند، وفي الباكستان كان يمنح المتبني في السبعينات حوالي ٢٣ دولار امريكي (مايعادل ١١٠ روبية) في الشهر كراتب أساسي بالإضافة الى حافز يصل الى ٣٠٪ من الراتب السنوي محسوب على اساس طول فترة منع الحمل.

ويتم اجراء الدراسات الميدانية في بعض الدول الاسيوية بأن يعد فريق العمل الميداني سجلا شاملا لكل زوجين صالحين، والزوجان الصالخان هما:

١- لئيهما طفل أقل من ٥ سنوات.

ب- الزوجة في سن الانخصاب.

ويشمل السجل كل المعلومات عن الزوجين، والاسرة بصفة عامة: السن- عدد الاطفال- عدد الاولاد- عمر اصغر طفل- عمل الزوج وعمل الزوجة... وفي العادة فان كل فريق يعمل على حوال ١١٠٠ أسرة.

### ٥- حوافز فورية أو مؤجلة:

يمكن منح المتبنى الحافز فور عملية التبني كأن تضع الزوجة «الملواب» وقد يوجل الحافز لفترة طويلة (سنوات) فتمنح مجانية التطعيم للولاد الثلاثة دون الرابع. وفي الهند كان يعطى للمتبنى ارض زراعية. والحافز الفوري هام لانه يخلق في ذهن الفرد درجة عالية من المزايا المرتبطة بتنظيم الاسرة فتكون هناك علاقة قوية بين المزايا والتبني.

### ٦ - حوافز مرتبطة بدخل الفرد:

فقد تمنح الحوافز دون النظر الى القدرة المالية للمتبنى وقد تمنح الحوافز حسب دخل المتبنى كأن تزداد القيمة المالية للحافز مع زيادة دخل الفرد مما يشجع بدرجة اكبر على عملية التبني. فمثلا في عرض ١٥ جنيها على الفرد الذي لم يبلغ دخله ٧٠ جنيها شهريا مقابل تبنيه تنظيم الاسرة نجد ان تلك القيمة قد تشكل حافزا هاما له على التبني. في حين ان ذلك المبلغ قد لا يكون له اهمية كبيرة او فعالة لشخص يبلغ دخله الشهري ١٥٠ جنيها.

### ٧- حوافز مستمرة وثابتة أو مرة واحدة:

قد يمنح الحافز للمتبنى بصفة مستمرة مثل راتب شهري أو يمنح مرة واحدة كمنح آلة زراعية أو هدية.

### ٨- حوافز للقضاء على الخصوبة (التعقيم) أو لمنع الانجاب:

ويتغير عادة حجم واهمية الحافز في كل حالة. ففي الحالة الاولى يجب ان يتلقى فيها المتبنى حافزا كبيرا اما الحالة الثانية فالحافز فيها للمتبنى اقل. ومن حوافز منع الانجاب فهي:



• لورية أكثر منها موجهة.

• وهي تنفع لاستخدام وسائل منع الحمل أكثر من منعها لعدم الانجاب.

• تنفع بمبالغ صغيرة.

• تنفع للمتبنى الذي يسمى لتجنب الحمل.

ويجاء على الحواجز ان المتبنى قد يربط بين هذا التبنى وبين الحافز.

### الاتصال المحظور

أشرنا فيما تقدم الى أهمية دور قادة الرأي في زيادة تنمية الريف المصري بزيادة معدلات ادراك وفهم الافكار المستحضرة وزيادة معدلات تبنيها وكما أوضحنا فإن دور قادة الرأي يظهر جليا في نظرية الاتصال على مرحلتين التي من مفهوميها أن الفكرة المستحضرة تنتقل من وسائل الاعلام الى قادة الرأي أولا ثم منهم الى المتلقين وأهل من أهم المهام التي يقوم بها قادة الرأي في هذا السند هو دورهم في الاتصال المحظور. وفي هذا يهم أن نعرض لبعض نتائج بعض الدراسات والبحوث التي أجريت في دول نامية من هذه الأدوار والمهام فيما يلي:

إن نموذج الاتصال على مرحلتين هو عملية تنتقل من طريقها الافكار الجديدة من وسائل الاعلام الى قادة الرأي ومن هؤلاء ومن خلال قنوات الاتصال المباشر، الى التابعين (أو المتلقين)<sup>(١)</sup>. ومنذ ان اكتشف نموذج الاتصال على مرحلتين وتم شرحه في سنة ١٩٤٠، فإن أبحاث الاتصال تشير الى احتمال وجود عدد من الخطوات المتغيرة في تنقل الاتصال، غير أن الخطوة الأولى قد لا تتم بالضرورة من خلال قنوات وسائل الاعلام وإنما من خلال قنوات الاتصال المباشر.

١- ذكر «سيمونز» في دراسته سنة ١٩٦٩ في الهند أن حوالي ٣٠٪ فقط من

(1) Rogers, Everett., Diffusion of Innovation.

النساء الهنديات في العينة، التي درس عليها، قالت ان معرفتهن بوسائل منع الحمل جاءت عن طريق قنوات وسائل الاعلام<sup>(١)</sup>.

٢- ووجد «بالمور» في دراسته في تايران سنة ١٩٦٨ ان ١٦٪ فقط من النساء في العينة يعرفن عن وسائل منع الحمل من قنوات وسائل الاعلام<sup>(٢)</sup>.

٣- كما وجد «ليو» و«دلف» في دراستهما في مدينة الفلين ان وسائل الاعلام حقيقة لم تلعب دورا هاما في نشر المعلومات عن تنظيم الأسرة في حين كان تأثير الاصدقاء والاقارب والجيران هو التأثير السائد<sup>(٣)</sup>.

٤- ووجد «بلاك» و«شمان» و«ماتاي» في دراستهما «في هوجلي» في منطقة كلكتا بالهند سنة ١٩٦٦ ان الاصدقاء والاقارب هم اهم قنوات الاتصال من أجل المعرفة بتنظيم الأسرة. وقد تبين ان معدل تبني وسائل منع الحمل قد زاد بمقدار ٨٪ كنتيجة لعملة وسائل الاتصال غير ان هذا التأثير كان غير مباشر بدرجة كبيرة من خلال وسائل الاتصال المباشر الذي ظهرت كنتيجة لوسائل وسائل الاعلام<sup>(٤)</sup>.

٥- وناقش «أقطر حامد خان» تجريبته عن برنامج تنظيم الأسرة في كومبلا و«انجلاديش» انه استنادا الى حجم توزيع وسائل منع الحمل تبين مما ذكره اصحاب المجلات والصيدليات وغيرهم باعتبارهم وكلاء توزيع لهذه الوسائل- ان المبيعات الشهرية لأكثر من ١٠٠ وكيل لقرى محل الدراسة (عن سنة) ومدها ٣٠٠ قرية قد بلغت ٥٠٠٠٠ ألف وسيلة. ومن أجل تنشيط الدعاية التطعيمية فإنه كان يتم

---

(1) Simmons, George The Indian Investment in family Planning, Ph.D. thesis, Berkeley Univ. of Calif. 1969, p 249.

(2) Palmora, James, Awareness Sources and stages in the adoption of specific contraceptives, "Demography, 1968, pp 960-972.

(3) Liu, William Tand Robert Duff "The structural Effect on Communication Flows in a Pre - Industrial city Unpublished paper, Indiana: Univ of Notre dome, 1971.

(4) Balakrishna R. and Ravi Mathai, Evaluation of Family Planning Publicity Program in India, Calcutta: Indian Institute of Management, 1966. p. 25.

ايقاد الشعراء والمطربين مع الوكلاء الى القرى مما كان له عظيم الاثر. وتم اختيار الداية من الزوجات المسلمات في اوائل مرحلة الزواج. كما تم اختيار أئمة المساجد وتدريبهم لكي يصبحوا مدرسين للكبار وللأطفال ايضا (١).

٦- وقد وجد «جسلباي» «داوجمانى» في دراستهما في اصفهان بايران سنة ١٩٧٢ ان الاصفهائيين والخيبرانيين كانوا اكثر قنوات الاتصال اهمية اذ عرف منهم المتلقين بتنظيم الاسرة وتم زيادة وترقية تلك الكفاءة من خلال حملة مركزه لوسائل الاعلام (٢).

وتدفعنا نتائج هذه الابحاث الى تأكيد ما يذكره شرام من ان وسائل الاعلام تكاد تكون جزءا من وسائل الاتصال من اجل تنظيم الاسرة (يطلقون فوق المياه) وينبئ عليها جانب كبير من الاتصال قد لا يعلم عنه الجمهور شيئا ابدا.

ومن ثم فان وسائل الاعلام هي نسبيا أقل اهمية من الاتصال المباشر في تبني تنظيم الاسرة وهي عادة تعمل بطرق غير مباشرة من خلال الاتصال المباشر وبطرق غير مرئية وعلى هذا فان نموذج الاتصال على مرحلتين وضع قيادة الرأي محل الاهتمام، وجعل اتصالاتهم المباشرة مع المتلقين في سن الخصوبة فعالة للغاية.

### الاتصال المحفلور ومعدلات التبني:

يضاف الى هذا بأن نموذج الاتصال على مرحلتين يبين ان قادة الرأي هم أولئك الافراد الذين يسعى الغير للحصول منهم على النصيحة والمعلومات.

ويرى «رينجرز» ان نجاح (كوفشيل) أي برنامج التغيير المخطط يعتمد بدرجة كبيرة على قادة الرأي (٣).

(1) Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin a Commercial system for Introducing Family Planning in Camillo, Pakistan in Wilbur schramm, and Daniel lerner, communication and Change, The last ten Years-and the Next, Honolulu : The univ press of Hawai 1978, p. 79.

(2) Gillespie, Robert and Mehdi loghmani, The Esfahan Communication Projects, Iran : Esfahan Health Department, 1972 p11.

(3) Rogers, Everett, Communication Strategies in Family Planning, New York: The Free press 1973, p 266

ومن أهم الأسباب التي جعلت موضوع تنظيم الأسرة، في كثير من دول العالم الثالث في أمريكا اللاتينية وأفريقيا وآسيا، من الموضوعات المحظورة، أن كثير من الناس يعتبرون أنه يتناول زوايا في حقيقتها وعلى الأخص عند التقليديين وفي الريف من خصوصيات الزوجين علاوة على تفسير البعض لما جاء في الشرائع السماوية على أن هذا الموضوع يعتبر من أهم مقومات الحياة الزوجية ومن أهم أسرارها التي يجب تناولها في إطار عائلي ضيق للغاية. ومن ثم فإن رسالة الاتصال المحظور هذه يجب أن تكون شخصية جدا وأن يدرس كل من المصدر والمتلقي هذا الموضوع بالتالي والتفهم الكامل للهدف النهائي من هذا الاتصال. وهناك موضوعات أخرى كثيرة بخلاف تنظيم الأسرة، يعتبرها بعض الناس محظورة لأنها تمس أفكارا أو سلوكا شخصيا أو خلاصا أو ضد العادات الراسخة أو كما يعتبرها روجرز موضوعات غير أخلاقية أو غير قانونية. وتجدر الإشارة إلى أن الكثير من هذه الموضوعات المحظورة ليس سيئا أو ضارا<sup>(1)</sup>.

وترتبط على ذلك فإن دور الاتصال المباشر وعلى الأخص دور قادة الرأي، في الاتصال المحظور هام وحساس. ومن ثم فإن انتقائهم لعملية تنظيم الأسرة يجب أن يتم بعناية فائقة وبحيث يتصف هؤلاء بالصفات التي تمكنهم من تلبية أعمالهم بنجاح. وتعتبر شخصية قائد الرأي من أهم المقومات اللازمة لنجاحه إذ أنها من العوامل الأساسية في جذب الجمهور المتلقي إليه وبحيث يكون هو موضوع ثقة هذا الجمهور فتزداد احتمالات التبنى، فتنتشر فكرة تنظيم الأسرة بمعدلات سريعة خاصة إن أمكن لقائد الرأي الاتصال بأعداد كبيرة من الناس وإقناعهم في وقت قصير، أو مقبول نسبيا.

وقد أجريت في مصر أبحاثا عن قادة الرأي منها البحث الذي أجرى في محافظة المنوفية في أوائل السبعينات لاختيار بعض الأفراد يكون من بينهم - بعد الصقل والتدريب طمعا وعمليا من يصلح أن يكون قائدا للرأي. وقد تم الاختيار على أساس أنهم جميعا من ذات المستوى الاجتماعي وتم تدريبهم ضمن برنامجا تدريبيًا

---

(1) Rogers, 1973, op. cit, pp. 61-69.

خاصا وقد نجح معظمهم فى مهمته (١) وتم تصميم تلك التجربة فى محافظة الاسكندرية مع تمييز قائد الرأى بأن اعطيت له شارة معينة وكانت له الاولوية فى التمتع بخدمات التنظيمات العمالية والاجتماعية (نقابات معسكرات صيفية...) علاوة على منح المتفوقين منهم حوافز وجوائز تتناسب مع معدلات التبنى والنجاح، ودرجة الاستمرارية التى حققها كل منهم. ومن ناحية اخرى فقد تمكنت قائدات الرأى من اقناع كثير من السيدات على التبنى والاستمرارية واستخدمن فى هذا دكوب شامى (٢) ومن المفهوم ان وسائل الاعلام تلعب ادوارا هامة فى حملة تنظيم الاسرة خاصة عندما تقدم للمتلقين مستويات معيشية متقدمة عن مستوياتهم المعيشية وأن تربط تلك المستويات دائما بأسر صغيرة أو بأسر ضببطت النسل ونظمت حياتها فكان ان ارتفع مستوى معيشتها. وازيادة فاعلية هذه الطرق التى يتبعها القائمون على تنظيم الاسرة ووكلاء اتفيير، فانه يحسن أن يضعنوا رسالاتهم للمتلقين المواد والموضوعات التى تجعلهم يشعرون بدرجة كبيرة من «عدم الرضا» بل من «الكراهية» للمستويات المعيشية العالية ويشعرون، فى نفس الوقت ان تحسين حالاتهم الاقتصادية ومعيشتهم اليومية ورفع مستواهم المعيشى والاجتماعى الى مستوى المضل يمكن ان يكون عن طريق الاسرة الصغيرة. وكلما زادت درجة عدم الرضا وعدم الرغبة فى المستويات العالية بالشكل المشار اليه كلما زادت فرص تبنى تنظيم الاسرة. ولعل من اهم المناخل والاقترايات التى قامت بها حملة تنظيم الاسرة فى مصر، فى السبعينات وما بعدها، ان يعرض التلفزيون مقارنات بين مجموعات من الاسر الصغيرة (٢ اطفال وأولاد على الاكثر) والكبيرة (٦ اطفال وأولاد أو اكثر مثلاً)

---

(١) مكتب تنظيم الاسرة بمحافظه المنوفية. (مجموعة تقارير تحت عنوان) تنظيم الاسرة

فى المنوفية المنوفية: ١٩٧٢.

(٢) زاهية مرزوق، «التوعية المباشرة فى تنظيم الاسرة والدروس المستفادة من تجارب

الاسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية فى التوعية والاعلام فى مجال

تنظيم الاسرة، القاهرة: مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٧٦.

حيث يظهر التباين في مستويات المعيشة فتظهر الاسر الصغيرة افضل حالا واحسن مستوى من الاسر الكبيرة.

### **نتائج بعض الابحاث عن الاتصال المحظور:**

وحتى تحقق الرسالة في مثل هذا الاتصال المحظور، الفعالية المرجوة فانه ينبغي اخذ بعض نتائج الابحاث فيما يلي (١) .

#### **١ - الثقة في المصدر:**

يجب ان يشعر المتلقي بالثقة التامة في المصدر وفي ان ما يقوله في صالحه وفي صالح المجتمع ككل. ومن ثم فان انتقاء قائد الرأي وبعد مرحلة جوهريه واساسية ضمن المراحل المختلفة لتبني المتلقي تنظيم الاسرة.

#### **٢ - التجانس بين المصدر والمتلقي:**

وهذا التجانس قد يرتبط الى حد ما بالثقة في المصدر، حيث قد يكون من المنطقي ان يسلك العامل مثلا، في بعض الاحوال، سلوك زميله. ومن ثم فان تغيير الاتجاهات ثم السلوك يصبح امرا ممكنا. وقد وجد «روجرز» ان لدى الفلاحين ابراه تام بأن هناك تجانس بينهم وبين عجوز القرية اما الطبيب فهو اعلى منهم منزلة .

#### **٣ - تضمين النتيجة في الرسالة:**

اذ يمكن حينئذ تغيير الاتجاهات ثم السلوك لان المتلقين يرون الفوائد المحققة من عملية التبني. وقد يتبع ذلك الى حد ما مع المتلقين متوسطى الثقافة.

#### **٤ - عرض الرسالة الفوائد والعيوب:**

ولا يكفي ان تعرض رسالة الاتصال لفوائد التبني فحسب بل لابد ايضا من

---

(١) انظر : Hovland Carl, Irving Janis and Harold Kelly Communication

and Persuasion, New Haven Conn : Yale university Press, 1970.

عرض العيوب حتى تكون الصورة واضحة تماما وحتى يتم تجنب اثار الدعاية المضادة. لان القول بوجود بعض الآثار الجانبية لبعض السيدات اللاتي يستعملن «الحبوب» مثل تقلصات في الامعاء قد يمنع ان تصدق هؤلاء السيدات اشاعات تقول ان الحبوب تؤثر على الاخصاب مثلا. وعرض الصورة متكاملة في الرسالة يفيد وعلى الاخص اذا كانت ثقافة المتلقين عالية، حيث يمكن تغير الاتجاهات ثم السلوك.

#### **٥ - عدم استخدام اساليب التهديد والتخويف في الرسالة:**

يساعد علي التبني لان المتلقي يحس من تلقائه بأهمية الرسالة وأهمية التبني وفائدة وهو ليس في حاجة انن. الضغط عليه حتى لا يشعر انه - وعلى الاخص ان كان من المثقفين- موجه وان الغير يقوده في عملية التبني وكأنه لا يقدر عليها وحده وينفسه.

والتبني هو هدف رسالة الاتصال لتنظيم الاسرة ورغم هذا فليس هو الهدف النهائي. ذلك ان الشخص قد يتبنى اليوم وعن اقتناع - ولكن بسيط - فيتركه بعد فترة وجيزة وهو ما يؤدي الى عدم نجاح تنظيم الاسرة او نجاحه مؤقتا. ولذلك فان الامر يستلزم واستمرار ان يقوم القائمون على تنظيم الاسرة (والمصدر) بتعزيز رسالة الاتصال وتدعيم عملية الممارسة الفعلية. ويمكن ان يتم ذلك عن طريق وسائل الاعلام وايضا مع الاتصال المباشر. وتعطى رسالة وسائل الاعلام التي تتضمن التأكيد على الاستمرار في تبني تنظيم الاسرة انطباعا لدى المتلقين بالنجاح والفوائد المحققة لكل المتبنين وبوجود اجماع على التبني فيكون لذلك تأثير قوي على استمرار المتلقين في التبني. ويقول روجرز عن تلك الحالة ان كل فرد في المجتمع ينظم أسرته.

#### **استمرارية تبني تنظيم الاسرة :**

يعتبر تبني تنظيم الاسرة هدفا أساسيا في عملية اتصال هذه الفكرة. وهذا الهدف أولى يلحق به هدف نهائي هام هو، وكما اشرنا، مدومة واستمرارية تبني

تنظيم الاسرة طالما ان المتبنى يدرك ويقتنع ان تلك الفكرة المستفهمة حيوية وجوهرية له والمجتمع ككل، وليس التبنى اذن مقشرا على الاستمرارية أو هو الهدف النهائي في عملية اتصال تنظيم الاسرة.

من اجل هذا تصبح عملية محاربة ايقاف التبنى (ومحاربة عدم التبنى بصفة عامة) عملية قومية هامة ينبغي دفعها قدما الى الامام حتى يتحقق الغرض منها. ويمكن تعريف ايقاف التبنى بأنه القرار الصادر من المتبنى بوقف استخدام وسائل فكرة مستحدثة بعد أن تبناها فترة، وأن يقوم بالفعل بتنفيذ هذا القرار.

ولقد اجريت دراسات عديدة على اسباب ايقاف التبنى وعدم الاستمرارية في استخدام الوسائل يمكن ان تستشف منها أن ايقاف التبنى يتم بمعدلات كبيرة عندما تنخفض درجة الوعي عن الفكرة المستحدثة التي تم تبنيها (أو تلاشى) ويزداد هذا العامل (نقص الوعي) عادة كلما انخفضت نسبة التعليم وانخفض معدل استخدام التكنولوجيا وزاد عدد السكان بما يسبب مشكلة سكانية. وهذه السمات الاخيرة تظهر بشكل أكثر وضوحا وقوة في دول العالم الثالث وفي الدول الأقل نموا بوجه خاص<sup>(١)</sup>. وقد وجد «لاقام» ومولدين» في دراستهما سنة ١٩٧٠ على بعض دول العالم الثالث أن معدل تبني بعض وسائل منع الحمل (بخلاف الاقراص) استمر لمدة عامين فقط، حيث اوقف بعدها هذا التبنى<sup>(١)</sup>. وقد بلغت نسبة عدم الاستمرارية (أو توقف التبنى) في بعض الدول والمناطق محل هذه الدراسة: ٦٢٪ في كوريا الجنوبية) ٥١٪ في هونج كونج، ٤٨٪ في ماليزيا.

اما توقف استخدام الاقراص فقد بلغ في جنوب الباكستان وبعد مضي سنة من التبنى ٤٢٪ كما بلغ ٨٨٪ في كوريا وفي سنجاپور وتايوان وهندوراسي (امريكا الجنوبية).

---

(1) Rogers, 1973, op. cit.



وحتى يمكن زيادة معدلات استمرارية التبني (أو تخفيض معدلات إيقاف التبني) فإنه يجب على القائمين بتنفيذ برنامج اتصال بتنظيم الأسرة اتباع، وعلى أقل تقدير، مايلي:

#### ١ - محاولة عدم استخدام وسائل منع حمل يصعب إيقافها:

ويعتبر الواقي الذكري، أسهل الوسائل التي يمكن إيقاف استخدامها ثم يتبعها الأقراص واللولب وفي النهاية يأتي «التعقيم».

#### ٢ - رفع مستوى المعرفة وكيفية الاستخدام:

ذلك أنه كلما كان المتبني أكثر معرفة بوسائل منع الحمل وبالفوائد التي تعود عليه وعلى المجتمع من استخدامها وبكيفية استخدام هذه الوسائل كلما كان احتمال إيقاف هذا المتبني استخدام هذه الوسائل (أو الوسيلة) أقل من غيره.

#### ٣ - محاولة إثناء المتبني عن تخفيض الفترة بين مولود وآخر:

ذلك أنه كلما زادت رغبة المتبني في تخفيض الفترة بين حمل وآخر أي بين مولود وآخر كلما زاد احتمال إيقاف استخدامه لهذه الوسائل (أو الوسيلة).

#### ٤ - التركيز في رسالة الاتصال على الاستمرارية:

ذلك أن معظم رسائل اتصال بتنظيم الأسرة تركز على أهمية التبني فتقول بعض الرسائل مثلاً «الكل يتبنى تنظيم الأسرة ولكنها تقلل التركيز على أهمية الاستمرارية لأن التبني لا يعني الاستمرارية. وكلما زاد تركيز رسالة اتصال بتنظيم الأسرة على الاستمرارية كلما انخفضت احتمالات إيقاف التبني.

#### ٥ - التركيز على شرح معنى وفاعلية وسيلة لمنع:

لأنه أحياناً نجد أن رسالة اتصال بتنظيم الأسرة تتكلم عن أهمية استخدام «الأقراص» أو «اللولب» دون أن تفسر معنى ذلك وفاعليته. وقد تبين مثلاً في بعض دول العالم الثالث في آسيا أن المثلثين حصلوا على معلومات غير حقيقية عن أضرار

---

(1) Mauldine Parker and Robert Lapham "National Family Planning programs; Review and Evaluation" in Studies in Family Planning 1971, pp 29-52.

الاقراص فانخفضت بذلك معدلات استمرارية تبني هذه الوسيلة. ومن ثم كلما تم شرح مفهوم هذه الوسيلة ووظيفتها وفعاليتها كلما زادت احتمالات الاستمرارية وانخفضت احتمالات ايقاف التبنى.

#### ٦ - متابعة المتبنين؛

تعتبر من العمليات الاساسية لتحقيق الاستمرارية وتجنب الايقاف حتى ولو كانت عملية المتابعة هذه رمزية أو سطحية. فمثلا في الهند أثناء حملة تطعيم ضد مرض الجدري سنة ١٩٦٩ وصف القائمون على الحملة اقراص «الاسبرين» للمتبنين كعلاج لهم من الاعراض أو الآثار الجانبية للتطعيم ضد هذا المرض. ومن هذه الآثار مثلا الصداع وارتفاع درجة الحرارة. وكان تأثير وصفه العلاج هذه على المتبنين نفسيا مما قلل من الأثر المضمون إذ أن المتبنى (الذي يتم تطعيمه) أحس أن المسؤولين عن حملة التطعيم لم يتركوه بل ظلوا معه وأعطوا له من الدواء ما لم يجعله يتألم.

#### ٧ - محاربة الإشاعات المغرضة؛

ذلك أن المتبنى قد يصدق الإشاعة أيا كانت خاصة أن سمعها من الأصدقاء والمقربين وذلك على الرغم من أنها قد تكون غير صحيحة، فيوقف التبنى ومن الأسباب لتوقف التبنى، كنتيجة للإشاعات أو التقارير هو أن الذين يتوقفون يتكلمون أكثر من الذين يستمرون في التبنى، وهو ما يؤدي عادة إلى رفع معدل التوقف. وكميات أخرى فقد يكون «تبنى» تنظيم الأسرة شخصيا وخاصة وفي محيط الأسرة في حين أن «ايقاف التبنى» قد يكون عاما أو على نطاق أوسع. ولذلك فإن مارشال وجد سنة ١٩٧١ في الهند أن الفلاح لم يؤيد تبني تنظيم الأسرة وإنما كان يميل إلى مهاجمته.

ومما هو مألوف في هذا الصدد مقولة أن التقارير أو الأنباء السلبية تميل إلى الانتشار والسفر إلى بلاد بعيدة بسرعة أكثر من التقارير الايجابية.

ومن ناحية أخرى يمكن أن نعرض فيما بعد لنموذج هام يفيد عملية اتصال تنظيم الأسرة هو نموذج «هوتشيبوم» الذي يبين عدم التوافق بين اتجاهات الفرد وسلوكه.

## نموذج هوتشبولم

اعد المفكر «هوتشبولم» في سنة ١٩٥٨ نموذج اتصال عن العلاقة بين الاتجاهات والممارسات فيما يتعلق بالصحة لكي يتعرف اذا كان هناك ثبات بين الاتجاهات وبين السلوك الصحي. وقد تبين له عدم وجود ثبات بينهما.

وقد اعتمد «هوتشبولم» في اعداده لهذا النموذج على الانراك الذاتي للفرد عن حالته الصحية والذي بناء عليه يحدد سلوكه عن الفكرة أو الموضوع محل رسالة الاتصال عن الجانب الصحي.

وقد وضع «هوتشبولم» فروضا ثلاثة لانراك الفرد لبعض الجوانب الصحية:

١ - حساسية الفرد وجدية في العمل على تجنب حالة صحية غير مرغوبة مثل الامراض بصفة عامة والخطير منها بصفة خاصة.

٢ - الفائدة النسبية للمزايا المرتبطة بالفكرة المستهدفة الصحية.

٣ - حث الفرد على اتخاذ السلوك المطلوب وفيما اذا كان الشخص سيقوم بتبنى الفكرة المستهدفة أم لن يتبناها.

وقد اختار «هوتشبولم» لنموذجه الصحي رسالة «الاشعة» التي يجريها الافراد. وقد اعد نموذجه لكي يشرح الاسباب التي يقوم من اجلها الافراد باجراء هذه «الاشعة» (سواء على صدورهم وأجسامهم) للكشف عن مرض السل والفكرة المستهدفة هنا هي تبني الفرد الاشعة.

ويمكن القول ان نموذج «هوتشبولم» هو واحد من اكثر النماذج شهرة وأهمية للاتصال في شأن الافكار المستهدفة في الصحة وفي البحث عن الخدمات الصحية<sup>(١)</sup>.

---

(1) Hochbaum, Godfrey, Public Participation in Media Screening Programs: A Sociopsychological Study; Washington D.C: Public Health Service, 1958.

وقد ارتبط نموذج «هوتشبولوم» عن السلوك الصحي بالسلوك الانجابي ولكن «روجرز» اضاف الى هذا النموذج عاملين:

١ - ادراك الحاجة.

٢ - ادراك ان الفكرة المستحدثة متاحة.

ذلك انه لا بد ان يكون لدى المصدر والمتلقي ادراك بالحاجة الى تلك الفكرة المستحدثة. وهي في مثالنا - عن السلوك الصحي - بالقطع حاجة مطلوبة ليس فقط<sup>(١)</sup> على المستوى الفردي بل ايضا على المستوى القومي. اما عن اتاحة الفكرة المستحدثة فهو امر طبيعي يتبع في جانب منه من قاعدة معروفة وهي ان «فاقد الشيء لا يعطيه» فالمصدر ان يعطى شيئا ليس لديه. كما ان المتلقي ان يبيع عن فكرة ليتبناها (لو قد لا يتبناها بعد ادراكها ودراستها) وهي اصلا غير متاحة. ولكن مسألة الاتاحة نسبية لان ما هو غير متاح اليوم قد يكون متاحا غدا (مستقبلا). ومن ثم فيمكن النشر للفكرة المستحدثة وحين اتاحتها في المستقبل. وهذا ما تقوم به معظم وكالات الاعلان العالمية والمحلية عن السلع والخدمات التجارية وغيرها التي تباشر الدعاية لها.

ويمكن ان يتفرع مما تقدم فيما يتعلق بتنظيم الاسرة ضرورة وجود خمسة

ايحاء:

١ - البرجة التي يزداد فيها حجم الاسرة الفطلي من الحجم النموذجي.

٢ - حدة الاختلاف بينهما (الفطلي عن النموذجي).

٣ - الادراك بان هناك ومماثل لمنح العمل وبناء على ذلك يمكن تحديد، والى حد ما، حجم الاسرة.

٤ - المزايا النسبية لاستخدام وسائل تنظيم الاسرة.

---

(1) Rogers, 1973, op . cit. p. 294

• - الآثار الجانبية التي قد تصاحب استخدام بعض الوسائل.

وإذا رجعنا إلى نموذج «هوتشبول» نجد أنه يركز على أهمية الحدث ثم الممارسة على أساس شرح الأسباب التي من أجلها تم ترجمة الاتجاهات نحو الفكرة المستحصنة إلى ممارسة فعلية، أو الأسباب التي من أجلها لم تتم تلك الترجمة إلى ممارسة فعلية.

### بيانات خلفية عن أفراد العينة:

قبل الدخول في تحليل صحة الفتراختنا، نجد أنه من المهم معرفة خلفية أفراد العينة في قها من حيث عدد الأولاد مقارنة بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة عند رب الأسرة<sup>(١)</sup>.

يبين الجدول رقم ٤١ أن الفلاحين هم الفئة التي أنجبت أكبر عدد من الأولاد. كما تبين أن أعلى نسبة من بين الفلاحين وقدرها ٢٢.٦ ٪ كانت لمن لديه أكثر من ستة أولاد والنسبة التالية لها هي ٢٧.٦ ٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كما يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين العمال هي ٣٢.٩ ٪ لمن لديه ولد أو اثنين وتليها نسبة ٢٠.٧ ٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كذلك يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين نوى المهن الأخرى بلغت ٣٢.٢ ٪ وهي لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد.

كما يتضح من الجدول أن الفلاحين ينجبون أطفالاً أكثر مما ينجب العمال أو الفئات الأخرى.

---

(١) نقصد بالأولاد هنا كل الأبناء في أي سن ومن أي جنس (نكر أو أنثى).

### الجدول رقم (٤١)

#### عدد الأولاد مقارنا بالهبة

إجمالي	أخرون	عمال	فلاحون	الهبة عدد الأولاد
١٢ (٥٪)	١ (١.٧٪)	٨ (٩.١٪)	٢ (٣.١٪)	لا يوجد
٦١ (٢٥٪)	١٧ (٢٨.٨٪)	٢٩ (٣٦.٩٪)	١٥ (١٥.٣٪)	١ - ٢
٧٣ (٣١٪)	١٩ (٣٢.٧٪)	٢٧ (٣٠.٧٪)	٢٧ (٢٧.٦٪)	٢ - ٤
٥٠ (٢٠٪)	١٣ (٢.٢٪)	١٦ (١٨.٢٪)	٢١ (٢١.٤٪)	٥ - ٦
٤٩ (١٩٪)	٩ (١٥.٢٪)	٨ (٩.١٪)	٢٢ (٣٢.٦٪)	أكثر من ٦
٢٤٥ (٥٥٪) (١٠٠٪)	٥٩ (١٠٠٪)	٨٨ (١٠٠٪)	٩٨ (١٠٠٪)	إجمالي

وبالنسبة لعدد الأولاد مقارنا بمعرفة رب الأسرة بالقراءة والكتابة يصور الجدول رقم ٤٢ أن عائلات من يعرفون القراءة والكتابة لديهم أولاد أقل مما لدى عائلات الأميين. وفي فئة من يعرفون القراءة والكتابة فإن أعلى نسبة وقدرها ٣٨٪ لمن لهم بين ولد واحد وولدين. بينما في فئة الأميين كانت أعلى نسبة وقدرها ٣٠.٧٪ لمن لديهم بين ثلاثة وأربعة أولاد.

وهذه البيانات تشير إلى أن عدد الأولاد في العائلة قد تحده عوامل معينة مثل المكانة الاجتماعية ومعرفة القراءة والكتابة.

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.

(٥٥) أحجم ٤ من أفراد العينة عن إجابة هذا السؤال.

## الجدول رقم (٤٢)

### عدد الأولاد مقارنا بالتعليم

الحالة التنظيمية عدد الأولاد	يعرف القراءة والكتابة	لمس	إجمالي
لا يوجد	٤ (٤.٢٪)	٨ (٥.٢٪)	١٢ (٥٪)
١-٢	٢٦ (٢٨٪)	٢٥ (١٦.٧٪)	٦١ (٢٥٪)
٣-٤	٢٧ (٢٨.٤٪)	٤٦ (٣٠.٧٪)	٧٣ (٢٩٪)
٥-٦	١٤ (١٤.٧٪)	٣٦ (٢٤٪)	٥٠ (٢٠٪)
أكثر من ٦	١٤ (١٤.٧٪)	٣٥ (٢٣.٣٪)	٤٩ (١٩٪)
إجمالي	٩٥ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	٢٤٥ (١٠٠٪)

## دور وسائل الاعلام في حملة تنظيم الأسرة

### تنظيم الاسرة في مرحلة للمعرفة:

تعتبر قنوات وسائل الاعلام أكثر أهمية، نسبياً، من الاتصال المباشر في وظيفة نشر الإدراك والمعرفة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستهدفة. وهذا القول يجد تأييداً كبيراً في بحوث عديدة تناولت أنواعاً مختلفة من الأفكار المستهدفة.

والمنطق وراء ذلك أن وسائل الإعلام تستطيع أن تصل إلى جمهور ضخم على عجل برسالة إخبارية سريعة. وعلى ذلك فهي قادرة على خلق الإدراك والمعرفة

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.

(٥٥) أحجم ٤ من أفراد العينة عن إجابة هذا السؤال. أضيف من يعرف القراءة فقط

إلى الأميين (يرجع إلى الملاحظة على الجدول (١-١)).

بأن تنظيم الأسرة فكرة مستحدثة وقائمة، كما تستطيع نشر بعض القوائد التي قد يجنيها من يتبناها.

وفي تجربة ميدانية في إحدى مناطق سيول تسمى سونغ-جونج-جو Sung-dong-Gu في كوريا الجنوبية، وجد بارك Park أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما في نشر المعلومات وفي خلق المناخ المطلوب لتنظيم الأسرة<sup>(١)</sup>.

ومن ناحية أخرى، وجد سيمونز Simons في بحثه أن حوالي ٣٠ من السيدات الهنديات قررن أن وسائل الإعلام أسهمت في إراكنهن لوسيلة اللاب<sup>(٢)</sup>.

وفي هذا المجال، فعلى أن ندرك أن أحد الشروط الضرورية لإجراء تعرض سليم لوسائل الإعلام هو وجود وسيلة إعلامية متاحة ومناسبة للجمهور.

كما ينبغي أن يكون متوقعا، أن هناك تركيز كبير على وسائل الإعلام في البلاد الأكثر تصنيعا، أو في الطبقات الاجتماعية الأكثر ثراء في دولة ما. أما في البلاد الأقل نموا فإن وسائل وسائل الإعلام تصل إلى جمهور أقل نسبيا عما في الدول المتقدمة. كما أن تلك القرويين في البلاد الأقل نموا ليسوا جماهير لوسائل الإعلام. ويصل الراديو إلى حوالي ثلث الجمهور، أما الثلث الباقي من الجماهير فهو جماهير باقي الوسائل الإعلامية الإلكترونية والوسائل المطبوعة.

كما أنه من المسلم به أن ارتفاع ثمن جهاز وسيلة الإعلام وقلة توفرها علاوة على إنتشار الأمية هي عوامل تؤدي إلى تقليل التعرض لوسائل الإعلام.

(1) Hyung Yong Park, "use&Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programmes", in Report of the Working groups on communication' Aspects of Family planning programmes and Selected papers.Bangkok, ECAFE, Asian population studies series 1968, No. 3, p. 81.

(2) George Simons, The Indian Investment in Family planning, N.Y, Population Council, Occasional papers, 1970, p. 249.



وتليدا لذلك، يقول روجرز أن الدراسات، في بلاد عديدة، أظهرت أن القرويين نادرا ما استشهدوا بوسائل الإعلام في أي من مراحل عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة في الزراعة (١). هذا وقد تبين من دراستنا على قرية لها أن ٧٣٪ من أفراد العينة قد سمعوا عن تنظيم الأسرة من القنوات المختلفة لوسائل الإعلام. كما تبين أن هناك مصادر أخرى إلى جانب وسائل الإعلام تقوم، في بعض الأحيان، بدور في نشر المعلومات بشأن موضوعات معينة. ويتبين من الجدول رقم ٤٢ أن ٢٢.٢٪ من أفراد العينة سمعوا عن تنظيم الأسرة من قنوات الاتصال المباشر مثل الأكارب أو الأصداقاء أو من العاملين في المركز الطبي مثل الطبيب أو الممرضة، بينما أن ٤.٨٪ لم يسمعوا شيئا على الإطلاق، عن تنظيم الأسرة.

كذلك يشير الجدول إلى أن من بين من حصلوا على معلوماتهم من وسائل الإعلام هناك حوالي ٤٢٪ حصلوا عليها من الراديو وهذا يؤكد الحقيقة القائلة بأن الراديو لا يزال يلعب دورا رائدا في نشر المعلومات وأن ٥٨٪ حصلوا عليها من وسائل الإعلام.

وتؤكد البيانات صحة الفرض الذي أثبتناه في الفصل السابق ومقاده أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشرا. حيث أن معظم أفراد عينة بحثنا قد تلقوا معلوماتهم من وسائل الإعلام أكثر من قنوات الاتصال المباشر. وعلاوة على ذلك يوحى هذا الدليل بأن دور الاتصال الشفهي في نشر المعلومات قد يقل بالمقارنة مع زيادة التعرض لوسائل الإعلام.

والخلاصة، أننا نستطيع القول بأن قنوات وسائل الإعلام أكثر أهمية نسبيا من قنوات الاتصال المباشر في نشر الإدراك والمعرفة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة.

---

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 262.

ويجد هذا تأكيداً واسعاً من بعض الباحثين في موضوع الأفكار المستحدثة<sup>(١)</sup>.

### الجدول رقم (٤٣)

#### مصادر المعرفة بتنظيم الأسرة

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪١٢	١٠٤	١- من الرابعي.
٪٩.٧	٢٤	٢- من التلفزيون.
٪٥.٦	١٤	٣- من الجرائد.
٪١٥.٧	٢٩	٤- من وسائل الإعلام كلها.
٪٢٠.٢	٥٠	٥- من الأقارب أو الأصدقاء.
٪٢	٥	٦- من الطبيب الخاص أو الأجنحة أو المستشفى أو الوحدة الصحية.
—	—	٧- من مصدر آخر.
٪١.٨	١٢	٨- لم أسمع عنها.
٪١٠٠	(٥) ٢٤٨	إجمالي

(٥) أحجم مبحوث واحد فقط من أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

(1) Everett Rogers and George Beal, "The importance of Personal Influence in the Adoption of Technological Change" *Social Forces*, 36, pp. 329-335, 1958.

- Everett Rogers and R.L. Pitzer, *The Adoption of Irrigation By Ohio Farmers*, Wooster: Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin, 851, 1960.

- Paul Deutschmann and Orlando Fals Borda, "La Comunicacion de Las Ideas entre los Campesinos Colombianos" Bogota, University of Colombia, Sociological Monograph, 14, 1962.

- George Beal and Everett Rogers, "Informational sources in the Adoption Process of New Fabrics" *Journal of Home Economy*, 49: 1957, pp. 630-634.

- Robert Mason, "The Use of Information sources in the process of

وكما نعلم فإن الإمكانيات الكامنة في وسائل الإعلام إمكانيات ضخمة وهي تصبح أكثر قوة إذا استخدمت مع قنوات الاتصال المباشر في مزيج يكمل بعضه البعض. ونوادي الاستماع أو المشاهدة هي واحدة من أنواع هذه القنوات المركبة. وهذه النوادي منتظمة في شكل مجموعات صغيرة من الأفراد يجتمعون بصفة منتظمة لاستقبال برنامج إعلامي ويناقشون محتوياته.

وقد نشأت نوادي الاستماع أو المشاهدة أساساً في كندا بين العائلات والمزارع، ثم انتشرت بعد ذلك في النول الأقل نمواً كإلهند وإندونيسيا ونيجيروا وفانا ومالوي وكوستاريكا والبرازيل. واكتشف روجرز وشوميكر أن هذه النوادي - في بلاد مختلفة - استخدمت كثير من وسائل الإعلام. فالرابيو استخدم في النوادي الهندية، والإذاعات المدرسية استخدمت في أمريكا اللاتينية، والكلمة المطبوعة استخدمت في مجموعات الدراسة في الصين، والتلفزيون استخدم في النوادي الإخبارية الهند<sup>(١)</sup>.

وقد تم سؤال أفراد العينة في لها عما إذا كانوا يديرون مناقشات جماعية حول تنظيم الأسرة، وإذا كان الأمر كذلك، فقط طلب إليهم أن يحددوا الأماكن التي تجمعوا فيها لمناقشة هذا الموضوع.

ويتبين من الجدول رقم ٤٤ أن أكبر نسبة من أفراد العينة ١. ٦٢٪ لم يناقشوا موضوع تنظيم الأسرة مع آخرين بينما أن نسبة أقل بلغت ٩. ٣٦٪ يناقشون الموضوع مع الآخرين. وقد تبدو هذه البيانات غير متطابقة وبيانات الجدول رقم ٢٥ والتي تبين أن غالبية أفراد العينة قد ناقشوا برنامج وسائل الإعلام مع آخرين. ولكن هذا غير صحيح. ذلك أن نصيب برنامج تنظيم الأسرة في أفضليات البرامج نصيب ضئيل (جدول رقم ٢٠) وبالتالي فقد أهتم معظم المبحوثين بمناقشة البرامج

= 'Adoption' Rural Sociology, 20, 1964, pp. 40-62.

- Eugene Wikenning "Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture" Social Forces, 34, 1956, pp. 361-367.

(1) Rogers and shoemaker, 1971 op. cit., p. 261

السياسية والاجتماعية في حين لم تناقش إلا القلة برامج تنظيم الأسرة باعتبارها موضوعات شخصية وعائلية بالدرجة الأولى وهو ما قاسمته بالفعل من مناقشة المبحوثين.

### الجدول رقم (٤٤)

#### أماكن للمناقشات حول تنظيم الأسرة

النسبة المئوية	العدد	المكان
٪١٣.١	١٥٠	١- لا مشترك فيها
٪٣.٣	٨	٢- في المدرسة (مجلس الآباء)
٪٨.٤	٢٠	٣- في الفوار
٪١.٢	٢	٤- في العيادات
٪١٠.٥	٢٥	٥- في بيت صديق
٪٠.٨	٢	٦- في بيت العمدة
٪١.٧	٤	٧- في القهوة
٪٩.٢	٢٢	٨- في الوحدة الصحية
٪١.٧	٤	٩- في مكان آخر
٪١٠٠	٢٣٨*	إجمالي

#### تنظيم الأسرة في مرحلة الاقتناع:

لقد تبين لنا من الجدول رقم ٤٢ أن ٩٥.٢٪ من إجمالي أفراد العينة يدركون موضوع تنظيم الأسرة. وننتقل هنا إلى المرحلة الثانية في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة الجديدة، وهي مرحلة الاقتناع، وفيها إما يكون الفرد اتجاهًا مؤيدًا لتنظيم الأسرة أو غير مؤيد لها. ولقد

(\*) حجم ١١ من أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

سألنا أفراد العينة إذ كانوا يوافقون على تنظيم الأسرة أو لا يوافقون عليها مع بيان أسباب اتجاههم في كل حالة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أن ٦٦.٦٪ من أفراد العينة يوافقون على تنظيم الأسرة.

والحقيقة - كما أشرنا من قبل - فإن تنظيم الأسرة موضوع يرتبط بالسياسة القومية وبالعائدة الدينية. ذلك أن بعض الأفراد، يستشعرون عاطفة دينية فطرية ضد ما يعتبرونه تدخلًا في إرادة الله. هذا ونسبة الذين لم يؤيدوا تنظيم الأسرة لأسباب دينية بلغت ١٨.٧٪. وهذه النسبة تمثل فئة قليلة لا تشكل عتبة ضد سياسات التغيير الاجتماعي.

#### الجدول رقم (٤٥)

##### الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنا بالمهنة

المهنة الاتجاه	فلاحون	عمال	آخرون	إجمالي
نعم لوافق	٣٩ (٤٠.٦٪)	٦٧ (٧٦.١٪)	٥٨ (٩٣.٦٪)	١٦٤ (٦٦.٦٪)
لا لوافق لأسباب دينية	٢٩ (٣٠.٢٪)	١٥ (١٧.١٪)	٢ (٣.٢٪)	٤٦ (١٨.٧٪)
لا لوافق لأنها مفسدة الصحة	٢٣ (٢٤٪)	٤ (٤.٥٪)	١ (١.٦٪)	٢٨ (١١.٤٪)
لا لوافق لأسباب أخرى	٥ (٥.٢٪)	٢ (٢.٣٪)	١ (١.٦٪)	٨ (٣.٣٪)
إجمالي (٥)	٩٦ (١٠٠٪)	٨٨ (١٠٠٪)	٦٢ (١٠٠٪)	٢٤٦ (١٠٠٪)

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في التحليل.

(٥٥) لحجم ٢ أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

وقد حدث أثناء مناقشة غير رسمية أن ذكرت عبارة تحديد النسل، فقال أحد الفلاحين أنه يفضل عبارة تنظيم الأسرة لأن الدين الإسلامي يحرم منع الحياة الأمر الذي قد يفهم من المسمى الأول (تحديد النسل).

وقد تكون هذه الإشارة تبريراً منطقياً من جانب الفلاح، وإذا ما نجح التبرير المنطقي في التوفيق بين تنظيم الأسرة والجانب الديني، فإنه يصبح من الصعب عندئذ اعتبار الدين قوة جامدة تطلق الطريق أمام سياسة التغيير الاجتماعي وبالتالي في وجه التقدم.

ويتبين من الجدول السابق أن الذين يعارضون تنظيم الأسرة لأسباب دينية يختلف رأيهم عن ندرة الموارد الإقتصادية إختلافاً كلياً عن رأي الذين يؤيدون تنظيم الأسرة. فالأولون يرون أن الله سيوفر الرزق لأطفالهم. ويستشهدون في هذا بالدين ذلك أن الله يعطي لكل إنسان وسيلة رزقه. فمن غير شك أن الله هو العاطي وهو الرزاق، وهو ما لمسناه عند مناقشتنا المبحوثين.

ويتضح أيضاً أن من بين أفراد العينة ١١.٤٪ يعارضون تنظيم الأسرة لأنها خطر على الصحة. وفي هذا يمكن أن نستنتج إمكانية وجود حملات مضادة لتنظيم الأسرة. ويبدو أن هذه الرسائل السلبية تنقل بصفة متكررة بين جماهير المستقبلين بواسطة الكلمة الشفهية. وتنتشر الشائعات المضادة لتنظيم الأسرة بشك سريع وخطير. منها مثلاً شائعات أن حبوب منع الحمل تسبب السرطان وتزيد الوزن وتؤدي إلى شحوب الوجه وأن الواقي الذكري يضعف الإبصار. وقد صرح أحد أفراد العينة بأن القابلة (الداية) في القرية قالت إن امرأتين قد توفيتا بعد استخدام الحبوب.

ولكن بسؤال بعض الناس الآخرين في القرية أفادوا بأن القابلة كانت خصماً لنوع تنظيم الأسرة. وطبقاً لروايتهم فإنها كانت تقود حملة مضادة وتنتشر المعلومات الخاطئة.

هذا وبالرغم من عدائها للفكرة الجديدة فقد أصبحت بدون قصد - ورغماً عنها مصدراً للإدراك لفكرة تنظيم الأسرة. ففي جهودها في مقاومة تنظيم الأسرة كانت

تعملي معلومات عنه إلى السيدات، ورغم أن هذه المعلومات كانت مضافة لتنظيم الأسرة إلا أنها عاوت في خلق الإدراك بينهن.

أما الذين يؤيدون تنظيم الأسرة فإنهم ينظرون إلى الموضوع نظرة منطقية. فقد قال أحد أفراد العينة إن مجتمعنا يتزايد أعداده بدرجة كبيرة وبسرعة وأرضنا الزراعية قلت كما هي، لماذا سيفعل أطفالنا؟ وأين سينهبون؟ إن آرائه هذه من الرخاء والتقدم تشير إلى توقعه مستقبلا أفضل إذا ما تم تبني تنظيم الأسرة.

هذا وتعكس استجابات القرويين لتنظيم الأسرة آراهم في التقدم والتنمية. إذ قال أحد المزارعين أن تنظيم الأسرة هو الشيء الصحيح ذلك لأن الشخص يكون قادرا على إرسال أولاده إلى المدرسة إذا كان عندهم اثنين أو ثلاثة فقط كما أنه يستطيع تربيتهم كما ينبغي وأن يكسبهم على نحو كافٍ وعندئذ يشبون كما يجب بدلا من أن يقضوا طفولتهم بجوسون الشوارع عرايا ومرضى.

إنّ فإن بعض أفراد العينة يدركون بوضوح ضخامة المشكلة السكانية ويشعرون أن الحكومة قد تأخرت جدا بالفعل في تطبيق برنامج تنظيم الأسرة. وقد قال أحدهم في ذلك إنني أعرف ماذا تعني المشكلة السكانية، فإن لدى خمسة أطفال، قالها وهو يشكو من أن البرنامج جاء متأخرا جدا بحيث لم يستفد منه. وأضاف أحد العمال قائلا إن يعاوننا الآن سوى استخدام التعقيم.

هذا ولم يغب على الفلاحين أن يفهموا تنظيم الأسرة بحكمتهم التقليدية. إذ قال أحدهم أن المثل الفلاحي يشير علينا أن نحفظ ماشيتنا قليلة العدد وأن نصرف عليها بسخاء وأن تبقى أرضنا صفيحة ونخدمها جيدا. وأضاف أن نفس الشيء ينطبق على الأعمى. إن الصحة والتعليم والزمان الاقتصادي هي أسس اعتباراتهم عند التفكير في عدد أفراد الأسرة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أيضا أن نسبة العمال الموافقين على تنظيم الأسرة بين غيرهم من العمال أعلى من نسبة الفلاحين بين غيرهم من الفلاحين. فقد ذكر ٧٦.٢٪ من العمال أنهم يؤيدون تنظيم الأسرة في حين أن ٢٢.٩٪ لم يؤيدوه. أما

بين الفلاحين فإن ٦٠.٤٪ فقط يؤيدون تنظيم الأسرة، وأن ٥٩.٤٪ لا يؤيدونه. وهذه الآراء جاءت تأكيد لما جاء في الجدول رقم ٤٦ من أن حوالي ثلث الفلاحين لديهم أكثر من ستة أطفال بينما أن أكثر من ثلث العمال إما ليس لديهم أطفال أو لديهم بين مقل وطفلين. فالفلاحين لا يؤيدون تنظيم الأسرة بقدر ما يؤيده العمال. ويؤيد تنظيم الأسرة في فئة نوى المهن الأخرى ٩٣.٦٪.

وتؤكد الإجابات المتقدمة الحقيقة القائلة بضرورة أن يكون الفلاحون الجمهور المستهدف في أي حملة لتنظيم الأسرة.

#### الجدول رقم (٤٦)

الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنا بمعرفة القراءة والكتابة

الاتجاه	الحالة (٥)	يعرفون القراءة والكتابة	لم يعرفون	إجمالي
نعم أووافق		٨٦ (٨٩.٦٪)	٧٨ (٧٠.٢٪)	١٦٤ (٦٦.٦٪)
لاوافق لأسباب دينية		٦ (٦.٣٪)	٤٠ (٣٦.٧٪)	٤٦ (١٨.٧٪)
لاوافق لأنها مفسدة بالصحة		٣ (٣.١٪)	٢٥ (٢٢.٦٪)	٢٨ (١١.٤٪)
لاوافق لأسباب أخرى		١ (١٪)	٧ (٤.٧٪)	٨ (٣.٣٪)
إجمالي		٩٦ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	٢٤٦ (١٠٠٪)

وقد استخدمنا اختبار كاي مربع لمعرفة العلاقة بين القبول بالفكرة الجديدة والمهنة حيث كانت كاي المربعة في بيانات العينة تساوي ٥٢.٣٩٥ بينما كانت كاي المربعة

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة والإجماليات بالنسبة للإتجاه لأهمية ذلك في التحليل.

(٥٥) أحجم أفراد من الإجابة على هذا السؤال.



لدرجة حرية وعند مستوى ٠.٥ تساوى ٠.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين الذين يؤيدون تنظيم الأسرة والذين لا يؤيدون تنظيم الأسرة مقارنة بالمكانة الاجتماعية.

هذا وبين الجدول رقم ٤٦ أن نسبة الذين يؤيدون تنظيم الأسرة ويعرفون القراءة والكتابة أكبر بكثير من النسبة لدى الأميين. إذ أن من بين من يعرفون القراءة والكتابة ٨٩.٦٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ١٠.٤٪ لا يؤيدونه، ومن بين الأميين ٥٢٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ٤٨٪ لا يؤيدونه.

وهذه النتيجة تتفق كثيراً مع ما ورد في الجدول رقم ٤٢، ذلك أن حوالي ٧١٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة لديهم بين طفل (أو ولد) وأربعة بينما أن حوالي نفس النسبة من الأميين لديهم أربعة وأكثر من أربعة وستة أطفال (أو أولاد).

وقد قمنا باستخدام اختبار كا<sup>٢</sup> لإيجاد العلاقة بين القبول بالفكرة المستحدثة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة في بيانات العينة تساوى ٣٧.٢٠٧ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٠.٠٥، تساوى ٣.٨٤١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يؤيدون ومن لا يؤيدون تنظيم الأسرة وبين معرفة القراءة والكتابة. إذ أن لدى من يعرفون القراءة والكتابة اتجاهها مؤيداً لتنظيم الأسرة أكثر مما لدى الأميين.

إنّ فإنه يمكن القول أن القبول بالفكرة المستحدثة متصل بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة.

ومن ناحية أخرى فقد وجد هاريك Harik<sup>(١)</sup> في دراسته أن إجابات المبحوثين تعكس أفكارهم من التقدم والتنمية. وقد تبين له أن الصحة والتعليم والضمان الإقتصادي هي أهم الاعتبارات لديهم بشأن حجم الأسرة.

(1) Harik, 1974 op cit. p. 179.

بينما وجد روجرز Rogers أن الزوجات أكثر تعاطفاً مع تنظيم الأسرة من  
الأنفاج<sup>(١)</sup>.

هذا ومن الضروري، عند تشكيل رسائل الاتصال الجماهيري أخذ كل  
الاتجاهات والدراسات المشار إليها في الحسبان، كما يجب أن تلحج استراتيجيات  
الإقناع بالكامل في رسائل الاتصال عن تنظيم الأسرة.

وبناء على ما تقدم فإننا نعرض النتائج التالية:

١ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا أدرك المرسل أن مصدر الرسالة  
مصدر ثقة، إن المعنى الضمني لإنشاء رسائل تنظيم الأسرة هو أن ينسب  
محتواها لمصدر يدرك المستقبلون أن الثقة فيه عالية.

٢ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا كان المصدر والمستقبل متجانسين.  
وقد وجد روجرز أن الفلاحين كانوا يدركون أن عبوز القرية متجانسا معهم،  
بينما كان الطبيب شخصاً أعلی مكانة.

٣ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت النتيجة في الرسالة، وخاصة  
للمستقبلين ذوي الثقافة المتوسطة.

٤ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت الرسالة فوائد وميوب الفكرة  
المستحدثة، وخاصة إذا كان المستقبلون يعارضون الفكرة أو كانوا من الثقافة  
العالية، أو كانوا معرضين لدمایات مضادة.

٥ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا لم تستخدم أساليب التهديد (إثارة  
الخوف- التخويف) في الرسالة إلا في حالات معينة<sup>(٢)</sup>.

ومما تقدم، نرى أنه يجب استخدام المبادئ السالف الإشارة إليها عند

---

(1) Rogers, 1973 , op cit. pp 291 - 292.

(٢) انظر الجزء النظري في هذا الكتاب .

إعداد رسالة للإقناع في تنظيم الأسرة.

### لتنظيم الأسرة في مرحلة اتخاذ القرار:

إن المرحلة الثالثة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي القرار، أي اتخاذ القرار، التي ينهمك فيها الفرد في أنشطة تؤدي إلى الاختيار فيما بين تبني الفكرة المستحدثة أو رفضها.

وقد وجد بعض الباحثين أنه بالرغم من أن ٧٥٪ - ٩٠٪ من سكان الهند في سن الخصوبة لديهم الإدراك والمعرفة وأن معظم هؤلاء من نوى الاتجاهات المؤيدة لتنظيم الأسرة، إلا أن ٨٪ منهم قد تبني وسائل ضبط النسل<sup>(١)</sup>.

ووجدت في كوريا نتائج مشابهة لتلك التي وجدنا روجرز في الهند.

وتشير هذه البحوث إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يؤدي تلقائياً إلى الاقتناع والتبني.

وفي دراستنا سألنا أفراد العينة إذا كانوا تبنيوا تنظيم الأسرة طاملاً وافقوا عليه.

ويتضح من الجدول رقم ٤٧ أن ٤٥.٨٪ من أفراد العينة قد تبنيوا تنظيم الأسرة، وأن ٢٠٪ لم يتبنوه رغم أنهم يؤيدونه. وذكر أفراد العينة أسباباً متعددة لعدم تبنيهم تنظيم الأسرة. فقال البعض أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأنهم أرادوا مزيداً من الأطفال. وقال البعض الآخر أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأن ذويهم لم يقبلوا أو لأن وسائل تنظيم الأسرة لم تكن متاحة. ومن بين الأسباب الأخرى لعدم التبني كان الخجل أو الخوف من الأضرار الداخلية أو الخوف من فقد القدرة على الإنجاب. كما يظهر الجدول أيضاً أن ٢٤.٢٪ من أفراد العينة لم يؤيدوا فكرة تنظيم

(1) Robert Lapham, and W. Parker Mauldin, "National Family Planning Programs: Review and Evaluation," Studies Family Planning, 1971, No. 3, pp. 29 - 52.

الأسرة ومن ثم لم يفكروا في تبنيها. وهذه النتائج تشير إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يؤدي ألياً إلى الاقتناع والتبني. كما نستنتج أيضاً أن هناك فجوة واسعة بين الجزء من الجماهير في سن الاختصاص الذين يدركون تنظيم الأسرة وبين نسبة من تبنيوا تنظيم الأسرة من بينهم.

#### الجدول رقم (٤٧)

##### القرارات المتخذة لتنظيم الأسرة

القرار	عدد	النسبة المئوية
١- لا توافق .	٨٥	٪٢٤.٢
٢- نعم أستعملها.	١١٤	٪١٥.٨
٣-وافق ولكن لا أستعملها لأنني أريد مزيداً من الأطفال .	١٥	٪٦
٤-وافق ولكن لا أجد الوسائل اللازمة .	١	٪٠.٤
٥-وافق ولكن الزوج/ الزوجة لا توافق .	٤	٪١.٦
٦-وافق ولكن هناك أسباب أخرى تمنعني .	٣٠	٪١٢
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

ومن ثم فإنه يمكن القول أن الوظيفة الأساسية لأنشطة تنظيم الأسرة، في وقتنا الحالي يجب أن تكون من أجل الاقتناع والحث على تغيير السلوك الظاهري، وليس من أجل الإدراك أو الأخبار.

##### تنظيم الأسرة في مرحلة تأكيد القرار

والوظيفة الأخيرة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحبة هي تأكيد

القرار. وهي المرحلة التي يسمى فيها المستقبل نحو تدعيم القرار الذي اتخذه بشأن الفكرة المستحقة.

وقد أوضحنا فيما تقدم أنه الحفاظ على موضوع ما أو عادة معينة فإنه يجب أن نقوم بعملية تعزيز. وأنه في مجال كتنظيم الأسرة، حيث يجب أن تدعم فكرة الممارسة، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب. وكما أوضحنا فإن وسائل الإعلام هي من أحسن الوسائل للقيام بهذه المهمة. ومع ذلك فإن معظم وسائل وسائل الإعلام تهدف فقط إلى التبنى وتتجاهل أهمية التدعيم المستمر لاستمرار التبنى. وعلى سبيل المثال، يمكن تصميم الرسائل لتشير إلى الإجماع على تنظيم الأسرة: «كل إنسان ينظم أسرته». ولكن نادرا ما يعطى هذا الأمر أهمية كبيرة<sup>(١)</sup>.

ويقرر لافام Lapham ومولين Mouldin أن هناك نسبة عالية من عدم الاستمرار في الممارسة قد ظهرت في البحوث التي أجريت في كثير من الدول الأقل نمواً. ويقولان أن معدل عدم الاستمرار في استخدام اللولب بعد عامين من بداية الاستخدام، في عام ١٩٧٠، في بعض البلاد كانت كما يلي<sup>(٢)</sup>.

البلد	نسبة هم الاستمرار
كوريا الجنوبية	٪٦٢
مونغ كونج	٪٥١
ماليزيا	٪٤٨
تايلاند	٪٤٧
الهند	٪٤٦
ال Philippines	٪٤٥
تايلاند	٪٤٤
بنجاليش	٪٣١
مري لانكا	٪٢٢

(1) Rogers, 1973, op. cit. pp. 292 - 298.

(2) Lapham and Mouldin, 1971, op cit.

وقد سألنا الذين تبنا تنظيم الأسرة: منذ متى تبنا تحديد النسل؟ ويشير الجدول رقم ٤٨ إلى أن ٩.٦٪ ممن تبنا تنظيم الأسرة لم يؤكّدوا قرارهم، حيث أن مرحلة تأكيد القرار تتحقق بعد فترة لا تقل من ستة أشهر. كما يظهر الجدول أيضاً أن ٩٠.٤٪ ممن تبنا تنظيم الأسرة قد أكدوا قرارهم.

#### الجدول رقم (٤٨)

##### مدة تبني تنظيم الأسرة

مدة التبني	العدد	النسبة المئوية
منذ أقل من ستة أشهر	١١	٩.٦٪
منذ ستة أشهر	٧	٦.١٪
منذ سنة	٦	٥.٢٪
منذ سنتين	١٦	١٤.٢٪
منذ أكثر من سنتين	٧٤	٦٤.٨٪
المجموع	١١٤ (٥)	١٠٠٪

ومن سوء الحظ أن كثيراً من المسؤولين عن تنظيم الأسرة قد تجاهلوا، إما بقصد أو بدون قصد، مشكلة عدم الاستمرار. ونحن نوصي هنا، بأن أحد الطول التي يمكن اتخاذها في تنظيم الأسرة هو خفض النسبة المرتفعة لعدم الاستمرار في استخدام وسائله.

هذا وإن تركيز معظم الاهتمام على إحراز التبني الأولى لوسائل تنظيم

(٥) انحصر هذا الجدول على أفراد العمية الذين تبنا تنظيم الأسرة فعلاً وبلغ عددهم ١١٤ فرداً حيث لم يتم سؤال من لم يتبنا تنظيم الأسرة وعددهم ١٢٥ فرداً.

الأسرة فقط، يعتبر أمراً غير ذي جدوى. ذلك أن التقديم المنشود لن يتم بسبب عدم الاستمرار. كما نؤكد على أن متابعة الذين يتبنون تنظيم الأسرة بعد اتخاذهم القرار مسألة هامة في تجنب عدم الاستمرار.

وقد استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة والمهنة حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة تساوي ٢٨٧. ٣٦ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجتين حرية عند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٩٩١. ٥ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تبنوا تنظيم الأسرة ومن لم يتبنوه، والمهن المختلفة. كما تبين أيضاً أن العمال أكثر من الفلاحين في تبني تنظيم الأسرة.

واستخدمنا أيضاً اختبار كا<sup>٢</sup> لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة تساوي ١١٥. ٣٠ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٨٤١. ٣ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يعرفون القراءة والكتابة والأمين وتبني الفكرة الجديدة. فمن يعرفون القراءة والكتابة يتبنون تنظيم الأسرة أكثر من الأمين.

ثم استخدمنا اختبار كا<sup>٢</sup> لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل الإعلام حيث كانت كا<sup>٢</sup> المحسوبة تساوي ٥٨٨. ٩٠ بينما كانت كا<sup>٢</sup> الجدولة لدرجة حرية واحدة عند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٨٤١. ٣ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تعرضوا لوسائل الإعلام؛ ومن لم يتعرضوا، وتبني الفكرة المستحدثة. فهؤلاء الذين تعرضوا لوسائل الإعلام أكثر ممن لم يتعرضوا في تبني تنظيم الأسرة.

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن تبني الفكرة المستحدثة متصل بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة والتعرض لوسائل الإعلام.

هذا ويهم أن نوضح أن حملة تنظيم الأسرة هي جزء من حملة قومية وبكلمات أخرى هي فكرة أتية من خارج القرية وأيضاً أتية من الحكومة.

والجدير بالإشارة هنا أن روجرز وشوماكر قد ذكرا أن عملية اتخاذ القرار بشأن فكرة جديدة تتصل عادة بأربعة أنواع من القرارات وهي:

١ - **القرارات الاختيارية:** وهي القرارات التي يتخذها فرد بغض النظر عن القرارات التي يتخذها الأعضاء الآخرون في النظام الاجتماعي.

٢ - **القرارات الجماعية:** وهي القرارات التي يتفق الأفراد في النظام الاجتماعي على اتخاذها بالإجماع.

٣ - **قرارات السلطة:** وهي القرارات التي تفرض على الفرد من شخص في مركز قوة. وفي قرارات السلطة لا يكون إتجاه الفرد نحو الفكرة الجديدة هو العامل الرئيسي في تبنيه أو رفضه لها. فببساطة يخطر الفرد بالقرار الذي اتخذ من جانب السلطة بشأن الفكرة الجديدة. ومن المتوقع أن يخضع لهذا القرار وينفذه كنمو صادر إليه.

٤ - **القرارات المشروطة:** وهي اختيار بالقبول أو الرفض، ويمكن للفرد اتخاذ هذه القرارات فقط بعد أن تتخذ السلطة قرارها بشأن الفكرة الجديدة<sup>(١)</sup>.

هذا وإذا طبقنا هذه الأنواع الرئيسية لقرارات بشأن الأفكار المستحدثة لوجدنا أن ما يستخدم منها في تنظيم الأسرة هو مزيج من النوعين الأول والرابع، القرارات الاختيارية والقرارات المشروطة، فطالما أن حملة تنظيم الأسرة هي جزء من حملة عامة على مستوى الدولة، إذن فالقرار مشروط. ولكن في نفس الوقت نجد أن تبني تنظيم الأسرة هو قرار اختياري يتخذه كل فرد.

### **مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة**

لقد تبين أثناء الدراسة التي أجريت على قرية لها أن الأسلوب الذي استخدم للإقناع كان أسلوب الاتصال المباشر وجها لوجه.

هذا ومن المعلوم أن بحوث الاتصال قامت أخيرا - وإن تأخرت قليلا - بإعادة اكتشاف تأثير الجماعة<sup>(٢)</sup>. فالتأثير العميق الذي تمارسه الجماعات على مفاهيم

(1) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., pp. 36 - 37.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1958, op. cit., p. 33.



وأراء واتجاهات أعضائها قد أصبح محل تركيز البحوث في علم النفس الاجتماعي بصفة عامة وفي بحوث الجماعة الصغيرة على وجه الخصوص (١).

واقـد اكد لـيف من الكتاب العلاقة الوثيقة الواضحة بين مثل هذه الدراسات وبين بحوث ونظريات الإتصال الجماهيري (٢) .

وتوضح هذه الدراسات أن الاتصال الجماهيري له قدرة مؤثرة للإقناع بتثبيت الآراء القائمة تفوق في تأثيرها قدرته على تغيير هذه الآراء ، بمعنى أنه إذا أخذنا جمهوراً معيناً تعرض لاتصال معين فإتينا ، نجد بصورة تكاد تكونجية ، أن التأثير الغالب لهذا الاتصال هو تدعيم أو على الأقل استقرار الآراء القائمة لدى هذا الجمهور .

وقد وجد لازارسفيلد وآخرون في دراساتهم أن عدداً من الأفراد الذين غيروا نواياهم الانتخابية قد ذكروا أن التأثير المباشر من الناس كان هو السبب الأكبر في حدوث هذا التغيير ، وكان تأثير الاتصال الإعلامي أقل منه (٣).

---

(1) Klapper, 1961, op. cit., p.7.

(2) Samuel Flowerman " The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation " International Journal of Opinion and Attitude Research, 111, 1949 , pp. 99 - 108 .

Joseph Ford " The Primary Group in Mass Communication " Sociology and Social Research, 1954 , XXXVIII, 3.

Matilda White Riley and John Riley " A Sociological Approach to Communication Research " Public Opinion Quarterly , 1951 XV pp. 440 - 460 .

Eleonor Maccoby " Why Do Children Watch T.V ? " Public Opinion Quarterly , 1954 XVIII, pp. 239 - 244.

(3) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 50.

كما تؤكد بحوث الإتصال أن عملية اتخاذ القرار ، عندما يتواجد كل من تأثير الاتصال المباشر وتأثير الاتصال الجماهيري ، يكون تأثير الاتصال المباشر تجاه التغيير أكبر من تأثير الاتصال الجماهيري .

واقـد وجد بـارك في تجربته الميدانية في إحدى مناطق سيول أن أكثر مصادر التأثير في إقناع الذين تبنا تنظيم الأسرة جاء من طريق العاملين الميدانيين الذين زاروهم في بيوتهم (١) .

ثم أظهر دوبي Dubey وكولين Choldin في دراستهما في نيودلهي أن أكثر مصادر التأثير أهمية للأزواج والزوجات جاء من الأصدقاء والجيران (٢) .

واقـد وجد كل من بالاكريشنام Balakrishnam وماتي Mathai في دراستهما في إحدى ضواحي كلكتا ، أن الأصدقاء والأقارب كانوا أكثر سنوات الاتصال أهمية في تبني تنظيم الأسرة (٣) .

هذا وتبين من كثير من بحوث الاتصال أنه في عملية اتخاذ القرار ، إذا ما وجد الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري معاً ، يبدو أن تأثير الاتصال المباشر بالنسبة للتغيير أكبر بكثير من تأثير وسائل الإعلام .

---

(1) Park , 1968 , op. cit . , p.81.

(2) Dinesh Dubey , & Harvey Choldin, " Communication and Diffusion of the IUD : A case study in Urban India " Demography, 1967, No. 4. pp. 601 - 614.

(3) T.R. Balakrishnam , T.R. and Ravi Mathai , Evaluation of a Family Planning Publicity Program in India, Calcutta, Indian Institute of Management , 1966,p . 25.

وقد قمنا بسؤال الذين تبنا تنظيم الأسرة عن الوسيلة التي أثرت فيهم ليتخذوا قرارا بهذا التبني.

وبين الجدول رقم ٤٩ أن التأثير الشخصي كان أكبر في ذلك من وسائل الإعلام. فقد ذكر ٨٧.٧٪ أن الاتصال المباشر كان هو المؤثر للتبني بينما ذكر ٢.٧٪ أن وسائل الإعلام هي التي كان لها هذا التأثير. في حين أن ٩.٦٪ اتخذوا قرارهم، في هذا الشأن، بمفردهم.

كذلك يبين لنا أن التأثير عن طريق الأصدقاء هو الأكثر فاعلية وبلغ ٤٢.٩٪، وأن التأثير عن طريق الأطباء والمرحضات بلغ ٣١.٦٪، وأن تأثير الأقارب بلغ ١٣.٢٪.

والجدير بالإشارة هنا أن الصحف لم يكن لها أي تأثير على التبني.

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما في نشر المعلومات عن تنظيم الأسرة كما هو مبين في الجدول رقم ٤٢، إلا أنها تبدو أقل تأثير في إحداث إقناع الناس في مرحلة التبني (تبني تنظيم الأسرة) في حين أن الاتصال المباشر، وخاصة من الأنداء المتجانسين مثل الأصدقاء والأهل، هو وسيلة جوهرية في إحداث إقناع المستقبل العادي بالفكرة المستحدثة. ويعتبر الاتصال المباشر أحسن القنوات التي تقوم بمهمة الإقناع (المهمة الإقناعية)، ذلك أنه يوثق فيه باطمئنان. كما تبين أيضا أن الطبيب والمرضة هما مصدران آخران من مصادر الثقة.

وبالنسبة للذين اتخذوا قرارهم بالقيام بمفردهم باتباع تنظيم الأسرة، فإن هذا القرار يوضح بما لا يدع مجالا للشك بأن الناس يميلون، من تلقاء أنفسهم، إلى تبني ما يقابل إحتياجاتهم ومتطلباتهم، الأمر الذي يظهر أنه لمساعدة على انجاح الحملات القومية لتنمية فإنه لا بد من ربط تلك الحملات بالحاجات المباشرة للناس.

هذا وقد تبين أن بيانات دراستنا تتطابق إلى حد كبير مع وجهة نظر كاتز ولازارسفيد حين قالوا بأن الآراء الخاصة الظاهرية والاتجاهات غالبة ما تولد أو تدعم في الجماعات الصغيرة الصغيرة كالأسرة والأصدقاء ورفاق العمل<sup>(١)</sup>.

(1) Katz and Lazarsfeld, 1958, op. cit., p. 9.

ولقد أكدت نتائج براستنا الفرض الذي افترضناه من أن قنوات الإتصال المباشر أكثر أهمية نسبياً من قنوات وسائل الاعلام في وظيفة الإقناع في عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة.

### الجدول رقم (٤٩)

مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة

السؤال: كيف قررت استعمال وسائل منع الحمل؟

النسبة المئوية	العدد	الكيفية
٩.٦%	١١	بمفردي
-	-	عن طريق النعابة في الجرايد
٠.٩%	١	عن طريق الراديو
١.٨%	٢	عن طريق التلفزيون
١٣.٢%	١٥	عن طريق الأقارب
١٢.٩%	١٩	عن طريق الأصدقاء
٣١.٦%	٣٦	عن طريق الطبيب أو الممرضة
١٠٠%	١١٤ (*)	إجمالي

(\*) يقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الذين ثبتوا تنظيم الأسرة وعدمهم ١١٤ فرداً فقط.

## الخلاصة :

يمكن القول مما تقدم أن وسائل الإعلام تستطيع أن تكون ذات فائدة كبيرة في عملية اتخاذ القرارات، التي يجب أساسا أن تصاحب التغيير الاجتماعي.

وقد حاولنا في هذا الفصل تقييم دور وسائل الإعلام في عملية اتخاذ القرار الخاص بتبني فكرة مستحقة، وتحليل هذا الدور اختونا تنظيم الأسرة على اعتبار أن الانفجار السكاني يعد واحدا من المشاكل الرئيسية التي تواجه التنمية في مصر، ولهذا السبب فإن حكومة مصر تعطي أهمية كبيرة لهذا الموضوع.

وقد تبين لنا أن هناك دور لوسائل الإعلام في كل وظيفة من الوظائف الأربع الرئيسية في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحقة؛ وهذه الوظائف هي:

### ١ - المعرفة

#### ٢ - الاقتناع (تكوين الاتجاه وتغييره).

#### ٣ - القرار (التبني أو الرفض)

#### ٤ - تأكيد القرار.

أما القول بأن الاتصال الذي خلق الإدراك والمعرفة في تنظيم الأسرة يؤدي تلقائيا إلى الاقتناع والتبني، فهو قول لا يستند إلى دليل صحيح.

هذا ويمكن أن نستنتج من بيانات مسح تمها ما يأتي:

١ - إن قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا في وظيفة المعرفة، ونشر المعلومات عن الابتكار، وأن قنوات الاتصال المباشر (الاتصال الشفهي) أهم نسبيا في وظيفة الاقتناع، في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحقة.

٢ - إن التأثير الشخصي له دور حاسم في التغيير قد يكون أكبر مما تستطيع وسائل الإعلام القيام به، ومع ذلك فقد أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها في تغذية المناقشات بالمعلومات وخلق الإدراك وتوضيح القضية.

- ٢ - الإتصال المباشر وخاصة من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأهل تأثير قوي على أفراد العينة في إقناعهم بالفكرة المستحدثة.
- ٤ - إن قبول الابتكارات والأفكار المستحدثة متصل بمعرفة القراءة والكتابة وبالحالة الاجتماعية (المهنة).
- ٥ - إن تبني الابتكار أو الفكرة المستحدثة متصل بالمهنة وبمعرفة القراءة والكتابة وبالتعرض لوسائل الإعلام.
- ٦ - إن عدد الأولاد (الأطفال) لدى الفرد يتحدد بعناصر (خصائص) معينة مثل معرفة القراءة والكتابة والحالة الاجتماعية.
- ٧ - إن أغلبية أفراد عينة الدراسة في قها لا يناقشون موضوع تنظيم الأسرة علنا حيث أنهم يعتبرونه موضوعا محظورا . ولا شك أن فهم كل من المصدر والمستقبل للموضوع يحدد ما إذا كانت الرسالة المعنية هي رسالة محظورة أم لا . والرسائل المحظورة هي تلك الرسائل التي ينظر إليها على اعتبار أنها مسائل غاية في الخصوصية والشخصية.

## الفصل الثانى عشر

### وسائل الإعلام فى

### ممارستها لدور المعلم

تمكن وسائل الإعلام الفرد من رؤية نفسه فى إطار الوحدة الوطنية والعلاقات المتبادلة على اتساع العالم. ويرى كاسيرر Cassirer أن وسائل الإعلام تخلق المناخ الذى يمكن من خلاله تبنى الممارسات التكنولوجية الجديدة والاتجاهات المستحدثة. كذلك فإنها تمكن المواطن من القيام بدوره فى وطنه. ولكن هذا الإدراك الذى يتم بواسطة الإعلام Awareness through information قد يبدو إدراكاً غير كاف طالما أن الفرد غير مؤهل تعليمياً لفهم المهارات والمعرفة الجديدة<sup>(١)</sup>.

ويعتقد شرام أن وسائل الإعلام تساعد فعليا فى كل أنواع التعليم والتدريب. وقد أثبتت فاعليتها فى ظروف متعددة سواء أكان ذلك داخل المدارس أو خارجها. كما أثبتت أيضاً قدراتها على استكمال العمل المدرسى. ويضيف إلى ذلك بالقول بأنه أينما يندر المدرسون والمدارس فإن وسائل الإعلام تبرهن على قدرتها فى القيام بجزء كبير من العمل التعليمى بنفسها. كما أثبتت أنها تعاون كثيراً فى تعليم الكبار وفى التدريب على معرفة القراءة والكتابة. علاوة على ذلك فإنها تعاون إلى حد كبير فى التدريب على الصناعة والخدمات الفنية<sup>(٢)</sup>.

وهذه الحقائق هامة لأننا نعرف مدى ندرة المدرسين والمدارس من ناحية، وأن معظم المدرسين العاملين مدربون على طرق التعليم التقليدية وليس على الطرق الحديثة من ناحية أخرى. كما أنه من ناحية ثالثة فإن المهارات الفنية غير كافية.

---

(1) Henry Cassirer, "Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries", Paper Presented for World Radio Hand book, 1963.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 141.

وفي الناحية الأخرى فإننا نجد أن هناك عدد ضخم وهائل من الأميين الكبار في العالم<sup>(١)</sup> وأن كل المناطق النامية تحتاج احتياجات ضخمة لتعلم المهارات والممارسات الزراعية الجديدة.

وكما ذكرنا من قبل فإن وسائل الإعلام هي وسائل فعالة - ولاشك - في ممارستها لدور المعلم. ومن المؤكد أن الكتب المدرسية قد أثبتت قدرتها في هذا المجال منذ زمن بعيد. وكذلك أثبت الراديو والتلفزيون قدرتهما المعاونة في تعليم الكبار وفي الحصول الدراسة، والدليل على ذلك ما نراه حالياً من قدرتها الفائقة باستخدام الأساليب الحديثة. وعلى سبيل المثال، أجرى شرام في بعض الدول النامية مقارنة تجريبية بين الحصول يتم التعليم فيها بواسطة التلفزيون بحصة أساسية والحصول يتم التعليم فيها بالطرق المدرسية التقليدية. وكانت النتيجة أنه في ١٥٪ من جميع الحالات التي تمت فيها المقارنة لم يكن هناك فرق بين مجموعتي الحصول بالنسبة للنتيجة النهائية للتلاميذ. وفي ٢١٪ من الحالات أدى تلاميذ الحصول التلفزيون الامتحان بشكل أفضل جداً من تلاميذ الحصول الطرق التقليدية. وفي ١٤٪ فقط كانت الفصول التقليدية أفضل من الأخرى.

ومن ناحية أخرى فإن التقارير الأولية عن التعليم المبرمج تعتبر أيضاً تقارير مشجعة جداً. وفي معظم الحالات تبين أن البرامج الإعلامية تمكنت من الإسهام بفاعلية المدرسة<sup>(٢)</sup>.

ولقد سبق أن أشرنا أيضاً إلى أن وسائل الإعلام قادرة على أداء وظيفة الإعلام ونقل المعلومات بدون مساعدة، ويمكن القول استناداً إلى ما تقدم وإلى براستنا في قرية قها كما سبق، أنها تستطيع أيضاً أن تساعد المعلم. وذلك على الرغم من اختلاف عملية التعليم عن عملية نقل المعلومات. فالتدريب والتعليم عمليتان

---

(1) Ibid.

(2) Wilbur Schramm. "What we Know about Learning from Instructional Television" in Educational Television: The Next Ten Years Stanford, Calif: Institute for Communication Research, 1962, pp. 5 - 76.



أكبر من مجرد نقل المعلومات. ذلك أنهما يتطلبان التصرف الهادف وتعلم المهارات، والبناء المنقذ للمعرفة، والإعداد للعمل. وكل هذا يمكن إنجازه بأفضل صورة عندما يكون هناك اتصال مباشر مرتبط بالتعليم عن طريق البرامج الإعلامية، أي عندما يكون هناك مدرس يعمل مع التلميذ، وعندما تكون هناك مجموعة مناقشة تساعد على اختيار نوع الأساليب الفنية الجديدة والعادات التي سيستوحيها المجتمع لتصبح جزءاً من حياته اليومية، أو على الأقل عندما يكون هناك موجه لينسق بين بعض الدراسات ويعطي المساعدات اللازمة للتلميذ عندما يحتاج إليها.

وفي التدريب على معرفة القراءة والكتابة عن طريق الراديو، يكون التلميذ في حاجة إلى المدرس أو الموجه بعد انتهاء الإذاعة التعليمية:

وفي تعليم الكبار في المجتمع أسهمت المناقشات الجماعية وهيئات الكورس بصورة كبيرة في فاعلية الراديو. وفي بعض الأحيان تظهر الحاجة إلى «الاتصال ذو الاتجاهين» في هذه العملية، والاتصال ذو الاتجاهين يعني هنا وجود المدرس أو الموجه ليوجه، أو يحدث التفاعل أو ليرد على الاستفسارات، أو ليناقش.

هذا والجمع بين التعليم باستخدام وسائل الإعلام، والتعليم المباشر - الذي يتم بواسطة المعلم الخبير في وسائل الإعلام، ثم التفاعل ذو الاتجاهين بين المدرس والتلميذ - قد أثبت قوة غير هادية في العمليات التعليمية.

وإذا نظرنا إلى مصر نجد أن الإنسان المصري له - كما أشرنا فيما تقدم - خصائص أو مواصفات وطباع معينة تجعله متميزاً عن غيره في بلاد أخرى. يضاف إلى ذلك بأن ثقافته وأصالته تنحدر منذ أكثر من خمسة آلاف سنة حيث كان معلم وصانع حضارة عجز العالم كله عن تقليدها، ولا يزال. فإذا أضفنا إلى ثرائه الحضاري منذ آلاف السنين مثابرة وقوة تحمله ومهارته أمكن أن نبالر إلى حد كبير تكوين ذلك الإنسان<sup>(١)</sup>.

---

(١) يوسف السباعي، ١٩٧٨، المرجع السابق ص ٢٨، ٢٩.

وإذا استطعنا تعليم العامل المصري ما فاتته من تكنولوجيا العصر الحديث في منابر الإنتاج وفي أسواق البيع والشراء وفي بورصات تداول الأموال وفي كل الأنشطة المختلفة لاتضح لنا مدى قوة اليد العاملة المصرية المخزونة.

ولهذا فإن الدولة لم تهمل التعليم بل حاربت كل ما يعوقه، فللقضاء على الأمية وارتفاع مستوى التعليم نجد أن التطعيم المدرسي والجامعي بالمجان في جميع مرحلتيهما، وهو يبدأ بمرحلة إلزامية وينتهي بتعليم جامعي يوزع فيه الطلبة على الدراسات المختلفة حسب مجموع الدرجات التي حصلوا عليها وليس حسب رغباتهم. كذلك نجد أن هناك توسعا أفقيا في التعليم العالي بإنشاء تخصصات ودراسات جديدة وإنشاء جامعات جديدة في معظم محافظات مصر.

ورغم ما تم في مجال التطعيم الإلزامي للقضاء على الأمية نجد أن نسبتها في بعض المحافظات - لا زالت مرتفعة بدرجة قد لا تتناسب مع ما قامت به الدولة في هذا الصدد، ذلك أنه تبين من الإحصائيات الرسمية لوزارة التعليم أن حوالي ٢٣٪ من الأطفال لا يدخلون المدارس، وتحاول الحكومة أن تستخدم أسلوب الإكراه في التعليم بأن تضغط على أولياء الأمور لإدخال أولادهم المدارس، كما تجرى اتفاقات أحيانا بين بعض المجالس المحلية وبين الأهالي لفرض عقوبات على من يخالف ذلك كما يفرض الحظر على تشغيل الأطفال بالمصانع والمزارع في القطاع العام والخاص<sup>(١)</sup>.

وعلى العكس من ذلك نجد إحصائيات الوزارة تقول أن المدارس الثانوية في محافظة واحدة لم تستوعب حوالي ١٢ ألف طالب. إذن كيف نجبر أولياء الأمور على إدخال أولادهم المدارس الإبتدائية في مرحلة قد تكون فيها مدارس بلا تلاميذ فإذا ما قطوا وجنوا أن أولادهم أصبحوا خارج المدارس؟

ويزداد هذا التناقض إتساعا إذا ما انتهى الطالب من التعليم الجامعي حيث يقابل الحياة العملية بمرتب ضئيل وعمل أفعال<sup>(٢)</sup>.

(١) يوسف السباعي، المرجع السابق ص ٦٢، ٦٣.

(٢) يوسف السباعي، المرجع السابق ص ٦٤.

وإذا انتقلنا إلى مجال التدريب المهني والفني نجد أن الدولة قد وفرت في كل وحدة من وحدات القطاع العام ، تقريبا إدارة رئيسية للتدريب تتولى مهمة تدريب العاملين الإداريين والفنيين ، على الإصايب الحديثة في الإدارة والإنتاج . وعلاوة على ذلك فإنه في بعض الوحدات تفتح فصول لمحو أمية العاملين . يضاف إلى هذا بأن الدولة أنشأت الجهاز المركزي للتدريب لتكون مهمته الأساسية تدريب العاملين في شتى المجالات والمستويات .

ومن الجدير بالذكر أن تبين هنا تجربة تمت في محافظة البحيرة منذ فترة . فقد تم إنشاء مركز للتدريب الحرفي لوما يمكن أن يسمى بالمدرسة البيئية أو المدرسة الابتدائية (١) . ويضم المركز (أو المدرسة) عدة أقسام لتعليم حرف متعددة وقد أدخل في هذا المركز صبيبة وصبيبات المحافظة وأصبح كل صبي ، وصبيبة ، يتقاضى أجرا لقاء ما يقوم بإنتاجه مما أدى إلى زيادة التعليم الحرفي من ناحية وزيادة الإنتاج وتخفيض تكلفته وأسعار بيعه من ناحية أخرى علاوة على حصول الصبيبة على أجور في تناول أيديهم . مما أدى إلى زيادة الأقبال على هذا النوع من التعليم الحرفي .

هذا وغير خاف أن وسائل الإعلام تلعب أدوار هامة في مجال محو الأمية وفي مجال رفع مستوى التعليم فالإذاعة تقدم برامج محو الأمية كما تعد برامج دراسية لتلاميذ المراحل الابتدائية والإعدادية والثانوية . وبالمثل هناك برامج يعرضها التليفزيون لمحو الأمية وبرامج يعرضها لتلاميذ المراحل الدراسية المختلفة بالإبتدائي والإعدادي والثانوية .

. أي أن وسائل الإعلام تعتبر ذات عون كبير في مجالات متعددة من الدراسة وتعليم الكبار ، والتدريب على المهارات . وفي حالة ندرة المدرسين والمدرسين والموجهين تستطيع وسائل الإعلام القيام بجزء أكبر نسبيا في العملية التعليمية . وبمجرد أن

---

(١) يوسف الصباي المرحع السابق ص ٦٨ .

يتم تعليم المهارات الأساسية فإن وسائل الإعلام تستطيع تقديم فرص إضافية للتعليم . وعلى سبيل المثال ، بمجرد تعليم الخطوة الأساسية في الزراعة الحديثة يستطيع الراديو والمواد المطبوعة أن يقدمان سيلا من المعلومات الخاصة بالفلاحة العملية .

## دور وسائل الإعلام في محو الأمية

### تقديم :

نتناول هنا دروس التلفزيون في إيطاليا ومصر ودور وسائل أخرى في بعض البلاد .

هذا وفي دراستنا على قرية قمنا باختبار أثر وسائل الإعلام في تعليم المهارات الضرورية واخترنا حملة محو الأمية ، على سبيل المثال ، لإجراء هذا الاختبار، فالأمية - كما أشرنا - هي واحدة من المعوقات الرئيسية في طريق التنمية في مصر .

وقد سبق أن قدمت الشبكة الفرنسية القومية لليونسكو الافتراض العام التالي: يجب النظر الى معرفة القراءة والكتابة في البلاد النامية على أنها مسألة عملية . أي أن ننظر اليها على أنها وسيلة تؤدي لغاية . أنها وسيلة لخلق مواطنين أكثر نفعا وأكثر إنتاجا ، وازيادة سرعة التنمية القومية . وعلى ذلك ينبغي أن يرتبط مضمونها باحتياجات المجتمع وخطة التنمية ، وأن يتم التأكيد على أن تعلم القراءة عمل نافع من وجهة نظر المجتمع والفرد وأن هائدها سيكون في الوظائف والمراكز التي يحصل عليها المتعلم في المجتمع ، ومن هنا تتبع الحوافز على تعلم القراءة والكتابة . كما ينبغي أن تكون مواد القراءة التي يحصل عليها المتعلم بعد التكريب متصلة ، بطريقة عملية ، بمشاكل الحياة والفرص المتاحة في المجتمع بحيث لا يرى من يتعلم حديثا أن تعليمه لم يكن يستحق كل هذا الجهد الذي بذله مما قد يؤدي إلى أن يتخلى كلية عن التعليم <sup>(١)</sup> .

(1) George Foster Traditional Cultures and The Impact of The Technological Change, New York: Harper and Row 1962 pp. 138 -139

ولقد حاولت معظم الدول النامية أن تستكمل جهودها المدرسية في تعليم القراءة والكتابة بجهود خارج المدرسة تعتمد على التلفزيون أو الراديو أو الأفلام . هذا لا يعرف بالضبط عدد الدول التي تعلم القراءة والكتابة بواسطة التلفزيون إلا أنه يمكن القول أن إيطاليا والبرازيل والمكسيك ومصر وجواتيمالا وماليزيا والولايات المتحدة الأمريكية وكينيا من ضمن هذه الدول (١) .

والطريقة المتبعة في فصول تعليم القراءة والكتابة باستخدام وسائل الإعلام هي أن يتم تكليف مدرس ، أو على الأقل مشرف متطوع ، في الأماكن التي تخصص الدارحين لتعلم أو مشاهدة برامج تعليم القراءة والكتابة . ووجود المدرس أو المشرف مهم جداً في حالة التطعيم بالراديو الذي يقدم الصوت ولا يقدم الصورة والصوت في وقت واحد كالتلفزيون . وهذا المدرس يحتاج إلى قليل من التدريب حيث أن المدرس الخبير المتحدث في الراديو أو الذي يظهر في الفيلم يقوم بعمله العمل .

### إيطاليا والتعليم بالتلفزيون :

من المعلوم أن التلفزيون أداة مشوقة في تعليم القراءة والكتابة لأنه يعرض الصورة والصوت معاً ولأنه أداة حديثة نسبياً ذات جاذبية خاصة .

هذا وقد أجرى في إيطاليا اختبار هام لمعرفة دور التلفزيون كأداة لتعليم القراءة والكتابة (٢) . ومن الجدير بالذكر أنه حتى عام ١٩٦٠ كان عدد الأميين في إيطاليا حوالي ٢ مليون أمي ، تركز معظمها في الجزء الجنوبي والريف من البلاد . يضاف إلى هذا بأن الأميين كانوا ، بدرجة كبيرة ، ضد تعليم القراءة والكتابة . وقد

---

(1) UNESCO Experts Meeting on Method and Techniques in Communication Paris , 1962 .

(2) Evelina Tarioni, "A Programme on the Struggle Against Illiteracy " Television and Adult Education, 6, 1962, pp. 3- 8.

Maria Grazia Puglisi , "The Contribution of Italian Television to The Campaign to Eradicate Illiteracy through T.V broadcast, It is Never too Late " Paper Presented to UNESCO Meeting on Expert on New Methods and Techniques in Education, Paris, 1962

قام التلفزيون الإيطالي ووزارة التعليم بتوحيد جهودهما وإمكانياتهما لحل هذه المشكلة . وابتدعا برنامجا تلفزيونيا مستعرا اسمياه « لم يمض الوقت بعد » وقد تم تصميم هذا البرنامج بمهارة كبيرة حتى لا يربك ولا يزعج المشاهدين الجارى تعليمهم ، وأحد البرنامج على أساس عدم ظهور مكتب المدرس ولا حجرة الدرس على الشاشة ، يضاف إلى ذلك بأن اختيار المدرس تم على أساس معينة كأن يكون وودا وأنسانا عاديا ولا تبدو عليه سمات العلماء أو كبار المفكرين كذلك روى عدم المساس بكبرياء الدارسين ، أى عدم الاستخفاف بهم وعدم معاملتهم كتلاميذ صفار ، كما تضمن البرنامج قنرا من المرح والمعلومات المفيدة بالإضافة إلى موضوعات تعليم مهارات القراءة . وقد أمكن تحقيق ذلك كله من خلال مواد للقراءة أعدت خصيصا للبرنامج وتبعتها مقررات إضافية يلتحق بها الراغبون من الدارسين . ولقد وجد مسئلون الإيطاليون أنه من المفيد وجود مدرس فى كل مكان يجتمع فيه الفصل الدراسى لكى يقوم بتدريب الدارسين ويستكمل تكريس التلفزيون ويرد على الأسئلة

وبعد ذلك اتجهت التجربة الإيطالية لتعليم القراءة والكتابة باستخدام التلفزيون للكبار لوى الميول المقاومة للتجربة . وكانت النتيجة أن كل الكبار تقريبا الذين تابعوا البرنامج فى مواقع المشاهدة تمكنوا من تعلم القراءة والكتابة . وكانت نتائج تعليم البعض منهم أفضل بلا شك من نتائج تعليم البعض الآخر . وقد كان من الصعب جمع بيانات مضبوطة تماما من تقدم الدارسين الذين شاهدوا البرنامج فى بيوتهم ، إلا أن تقارير كثيرة أكدت أن بعض هؤلاء المتقنوا كثيرا معاونة المدرس المحلى فى تصحيح تكتيبات الدارسين .

هذا وقد ذكر وزير التعليم العام أن التجربة كانت اقتصادية للغاية . وبلغ عدد المواقع المنتظمة للمشاهدة أربعة آلاف موقع ، وعدد المشاهدين خمسمائة وثلاثة وستين ألف مشاهد تقريبا . أى ما يوازى أكثر من ربع إجمالى الأميين فى إيطاليا . وقد تجمع كل هؤلاء الدارسين المشاهدين فى وقت واحد ليتعلموا على يد خبير واحد (١) .

---

(1) Puglisi, 1962 op. cit.

## مصر والتعليم بالتلفزيون :

أما في مصر ، فثمة يمكن القول أن استخدام التلفزيون في حملة محو الأمية هو آخر تطور للاستخدام المفيد لوسائل الإعلام <sup>(١)</sup> . وقد تم تنفيذ حملة محو الأمية على مراحل . كانت المرحلة الأولى في الفترة بين عامي ١٩٦٣ - ١٩٦٤ حيث استمرت الحملة ثمانية شهور ، وتضمنت ٩٥ فصلا ، وتم تنفيذها في خمس مناطق تعليمية في القاهرة والجيزة ، أقيم فيها ٧٤ نادى للمشاهدة التحق بها ٢٨٦٥ دارسا ، موزعون على النحو التالي :

(أ) فصل تجريبي باستخدام التلفزيون بها ١٦٩١ دارسا .

(ب) فصل عادي بدون استخدام التلفزيون بها ١١٧٤ دارسا .

وقد عقد اختبارين للدارسين ، أحدهما في أبريل ١٩٦٤ والثاني في يونيو ١٩٦٤ حضر الامتحان ٨٢٥ (٤٨٪) من الدارسين في فصول التلفزيون ، بينما حضر الامتحان الآخر ٤٥٠ (٣٨٪) من الدارسين في الفصول العادية .

وكانت نتيجة الاختبارين على النحو التالي :

(أ) نجح ٩٩٪ من دراسي نوادي ( فصول ) مشاهدة التلفزيون التي أشرف عليها مدرسون مؤهلون .

(ب) نجح ٩٥.٥٪ من دارسي ( فصول ) مشاهدة التلفزيون التي أشرف عليها مدرسون غير مؤهلين .

(ج) نجح ٩٦.٧٪ من دارسي نوادي المشاهدة الكبيرة .

(د) نجح ٩٨٪ من الدارسين في كل نوادي المشاهدة .

(هـ) نجح ٩٦٪ من دارسي الفصول العادية <sup>(٢)</sup> .

---

(١) إتحاد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الراديو والتلفزيون في مجال محو الأمية ، رقم ٩ ، القاهرة ١٩٧١ .

(٢) إتحاد إذاعات الدول العربية ، ١٩٧١ ، المصدر السابق ص ٨٣ ، ٩٢ .

وهذه النتائج تشير إلى عدم وجود فرق محسوس بين نتيجة عمل المدرسين المؤهلين وغير المؤهلين في الإشراف على نوادى مشاهدة التلفزيون . كما أن نتائج النجاح في الفصول العادية أفضل بدرجة بسيطة جداً من نتائج نوادى مشاهدة التلفزيون ( بمدرسين غير مؤهلين ) وأن نتائج باتى النوادى أفضل من الفصول ، مما يتبين معه أن التلفزيون له أهمية كبرى في عملية التعليم .

وتم تنفيذ المرحلة الثانية في عام ٦٤ - ١٩٦٥ واختيرت المناطق الريفية في محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية والمنوفية . وأعد ١٢٠ فصلاً لهذه التجربة منها سبعون فصلاً تستخدم التلفزيون ، ٦٠ فصلاً تستخدم فيها الطرق التقليدية للتدريس .

وقد تبين أن التلفزيون قد استطاع تنظيم الحضور ، إلا أن الفصول التي لم يستخدم فيها التلفزيون حققت نتائج أفضل على عكس ما كان متوقعاً ، وكل ما يمكن قوله إزاء ذلك أن المدرسين ربما كانوا غير قادرين على الانتفاع بهذه الوسيلة التعليمية الجديدة .

وقامت إدارة التلفزيون بالمرحلة الثالثة في عام ٦٨ - ١٩٦٩ ، وكانت الخطوة الأولى تحديد مراكز المشاهدة في ١٨ محافظة ، وقد بلغت ٢٨٠ مركز . كما اختير ٢٨٠ مشرفاً وتم إعطائهم برنامجاً تدريبياً خاصاً . كذلك تم إعداد مراكز أخرى للمشاهدة ، دون أن يعين فيها مشرفين . وقد بلغ عدد الدارسين في مراكز المشاهدة التي عين بها مشرفين ١٠٥٠٠ دارس ، يضاف إلى ذلك المشاهدين من المنازل الذين أمكن حصرهم . وطبقاً لتقارير التلفزيون نجد أن حوالى أربعمائة مشاهد من المنازل كانوا على اتصال مستمر بإدارة محو الأمية بالتلفزيون ، وقد أرسلت لهم أوراق الإمتحانات .

وكانت الدروس تناح ثلاث مرات أسبوعياً ، أيام السبت والأثنين والأربعاء في الساعة السابعة مساءً . وكانت مدة البرنامج ٢٠ دقيقة . وكان من الضروري جمع الدارسين قبل بدء كل برنامج بمدة نصف ساعة ، حتى تتاح الفرصة للمشرف على



مركز المشاهدة أن يهيء المناخ للدرس . وبعد انتهاء البرنامج كانت المناقشات تدور  
لمدة نصف ساعة .

وقد أعد التلفزيون تقريراً يتضمن توصياته في هذا الصدد وهي على النحو  
التالي :

١ - الاستمرار في استخدام التلفزيون في حملة محو الأمية .

٢ - إنشاء إدارة ثابتة ( دائمة ) تستطيع تنسيق العمل .

٣ - إعداد المادة التعليمية الضرورية التي تناسب طبيعة التلفزيون .

كذلك أعلی التقرير توصياته للمستقبل بأنه يجب أن تمتد حملة محو الأمية  
لتشمل عدد أكبر من المحافظات ، مع ضرورة أخذ المشاهدين غير المسجلين في  
الاعتبار ، وتطوير مادة البرنامج ، وإيجاد نظام لمتابعة الدارسين بعد تخرجهم .

هذا يمكننا القول أن كل برامج تعليم الكبار ، وخاصة تلك التي تستخدم  
وسائل الإعلام كالتلفزيون أو الراديو ، قد اعتمدت كثيراً على مواد معينة ( خاصة )  
سهلة للإستخدام بعد الفصل الدراسي ، ويصون هذه المواد فإن الدارس قد ينسى  
المهارة التي اكتسبها حديثاً . وأكثر من ذلك ، إذا كانت هذه المواد مخططة جيداً  
فإنها تستطيع أن تشر قدر كبير من المعلومات المفيدة في مجالات الزراعة  
والصحة ، وإصلاح البيئة ، والتربية الوطنية ، والتاريخ القومي وغيرها من  
الموضوعات التي لها أولوية في التنمية القومية .

وسائل إعلامية أخرى في محو الأمية :

وقد تناولت بلاد مختلفة هذه المواد التعليمية بطرق مختلفة . إذ نشرت  
بورتوريكو ، على سبيل المثال ، أربعة كتب وعدة كتيبات وأربعة أعداد من الملتصقات  
التي بلغت حوالي ثمانية أو عشرة ملصقات ، كلها سهلة القراءة ومتصلة ببرنامج  
التنمية .

وفي ليبيريا تصدر مجلة شهرية مصورة اسمها اليوم الجديد تباع بثلاثة سنتات ومحتواها مكونة من ١٢٠٠ كلمة من الكلمات التي يتضمنها برنامج محو الأمية .

وفي شمال نيجيريا ، تم إصدار مجموعة من الصحف المصغرة ، يعادل حجم كل ثمان صفحات منها حجم صفحة من جريدة مصرية ، ليستخلصها الذين تعلموا القراءة والكتابة حديثاً .

وفي لشنلو Luchnow بالهند تزود مكتبات القرى بمعاجم بسيطة، كما يتم نشر الكتب المناسبة للذين تعلموا القراءة والكتابة حديثاً، وتصدر مجلات هائية نصف شهرية سهلة القراءة.

وفي بعض الدول تصدر صحف خاصة أسبوعية أو نصف شهرية تقدم الأخبار في شكل سهل القراءة ، وبالتالي فإن هذه الصحف تبني لدى قرائها عادة قراءة الأخبار والاهتمام بها . وفي دول أخرى يضاف إلى الصحف القائمة عموداً أو أكثر يتضمن مواد كتبت خصيصاً لمن تعلموا القراءة والكتابة حديثاً (١).

هذه الطرق وغيرها كافية لنشر المواد التعليمية ، ولكن المشكلة هي إعداد المادة التي يعتبرها الكبار مفيدة ومثيرة للاهتمام والتي يسهل قراءتها ، وحتى دون كتابتها .

وعلى ذلك فإن وظيفة وسائل الإعلام هي وظيفة هامة في المراحل الثلاث لعملية تعليم القراءة والكتابة . فهي تعاون في بناء الاهتمام والحافز على تعلم القراءة وعندما ينهض الدارس إلى الفصل تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دوراً مساعداً أو أساسياً - كما كان للتليفزيون في تجربة إيطاليا ، وعندما يحصل الدارس على مهارة كافية ليقرأ قليلاً بنفسه ، فإنه يجب أن نمده بواسطة وسائل الإعلام بمادة سهلة تصل الفجوة ما بين التعلم في الفصل والقراءة الطبيعية للبالغ (٢) .

(1) Schramm, 1946, op. cit. p. 163.

(2) Ibid .

وفي ضوء الدراسات التي أجريت تعرض الفرض العام التالي :

تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو دورا رئيسيا في حملة محو الأمية تبعاً لمتطلبات الفرد .

وتم تحليل بيانات مسح قرية قها للتحقق من هذا الفرض.

### مصادر المعرفة في برنامج محو الأمية

كما هو معلوم فإن الأمية تعتبر واحدة من العقبات الرئيسية في طريق التنمية في مصر وقد بلغت نسبتها ٦٩,٧٪ لمن يزيد عمرهم على عشر سنوات طبقاً لإحصائية في ١٩٧٠ (١) .

ومن المقرر أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في كل مرحلة من مراحل حملة محو الأمية في الدعاية للفكرة ، وفي تعليم القراءة والكتابة وفي تعليم الثقافة العامة وفي متابعة الحملة .

ولقد سألنا أفراد العينة في قها إذا كانوا قد سمعوا بحملة محو الأمية . فالخطوة الأولى هي استطلاع مدى نشر المعرفة بوجود برنامج محو الأمية وبالطبع فقد اختير الأميين للإجابة على هذا القسم من الاستبيان ، والذين يقرأون فقط والذين يقرأون ويكتبون لكنهم مازالوا يحضرون فصول محو الأمية أو البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

---

(1)Unesco Demographic Statistics, 1971, op. cit.

### الجدول رقم (٥٠)

#### مصادر الإدراك لبرامج محو الأمية

النسبة المئوية	المصدر	النسبة المئوية
٤١,٧%	٨٨	١- سمعت عن طريق الراديو
١٥,٥%	٢٥	٢- سمعت عن طريق التلفزيون
٥,٦%	٩	٣- سمعت عن طريق الأقارب
١١,٨%	١٩	٤- سمعت عن طريق الأصدقاء
١,٢%	٢	٥- سمعت عن طريق مصدر آخر
١١,٢%	١٨	٦- لم أسمع عنها
١٠٠%	١٦١	الإجمالي (٥)

ويتضح من الجدول رقم ٥٠ أن ٧٠,٢% من أفراد العينة يدركون عن طريق وسائل الإعلام وجود برامج محو الأمية . كما تبين أن الراديو هو أعلى مصدر جاءت منه تلك المعرفة (٤١,٧%) ، وتبعه التلفزيون (١٥,٥%) . هذا ولم تزيد نسبة من أدركوا وجود البرامج عن طريق الاتصال المباشر عن ١٧,٤% . وهناك قلة ذكرت مصدر آخر وهو العمل . أما الذين لم يسمعوا بوجود برامج أو فصول لمحو الأمية فهم يمثلون ١١,٢% من أفراد العينة .

ويمكن أن نستنتج من ذلك أن وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي للمعلومات بخصوص الإدراك بوجود البرامج الإعلامية لمحو الأمية . وبالتالي نستطيع القول أن وسائل الإعلام هي وسائل فعالة في الدعاية لفكرة حملة محو الأمية .

(٥) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الأميين والذين يقرأون فقط والذين يقرأون ويكتبون ، ولكنهم مستمعون لأي تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

ومع ذلك فإن هناك عدة عقبات تقف في طريق حملة محو الأمية في مصر .  
وفي تقرير لإتحاد الإذاعة والتليفزيون ذكرت المصاعب التي تواجه حملة محو الأمية  
كما ذكرت ومماثل حلها ، وعلى النحو التالي (١) :

١- النقص في عدد المدرسين المدربين ، إذ تعين الحملة مدرسي المدارس  
الإبتدائية في برامج التدريب المكثف الذي يتم في فترة بعد الظهر . ولكن يوجد  
نقص في عدد المدرسين . وتحتاج الحملة إلى عشرات الآلاف منهم . وبإخال  
التليفزيون يمكن حل هذه المشكلة . وذلك أن المدرس الذي يظهر بالتليفزيون عادة ما  
يكون عالي التدريب والتأهيل ، في حين أن قادة مجموعات المشاهدة يمكن أن يكونوا  
من حملة المهنات المتوسطة فقط .

٢ - عدم الانتظام في حضور الفصول ، فالفصل يبدأ ، عادة بعدد بين ٢٠  
- ٤٠ دارس ، ثم يتناقص هذا العدد بالتدريج ليصل إلى عشرة دارسين . ولظاهرة  
عدم الانتظام عدة أسباب مثلاً نجد أن جو حجرة الدرس ممل ، كذلك فإن طريقة  
معاملة الدارسين طريقة لا يجلها الكبار . وهنا يوضح التقرير للمرة الثانية أن  
التليفزيون قد يحل هذه المشكلة من خلال عرض النروس في صور متحركة .

٣ - إختلاف طبيعة الجمهور وإختلاف ساعات عملهم وهو ما يجعل الأمر  
صعباً على الأميين . وطالما أن هؤلاء الكبار لا يستطيعون الذهاب إلى فصول محو  
الأمية فإن التليفزيون يستطيع أن يأتي إليهم .

٤ - تكلفة حملة محو الأمية ، تتضمن الحملة تكاليف المدرسين والفصول  
وغير ذلك وهنا أيضاً يستطيع التليفزيون أن يحل هذه المشكلة لأن تكلفة العمل من  
خلاله تقل عن تكلفة الفصول التقليدية .

وفي ضوء المشاكل السابق الإشارة إليها ، سنلنا أفراد العينة فيما إذا كانوا  
يتابعون برامج محو الأمية في الرايو أو التليفزيون .

---

(١) الرايو والتليفزيون في مجال محو الأمية ، ١٩٧١ ، المصدر السابق .

ويعطى الجدول رقم (٥١) نتائج عامة ، إذا بين أن ٢٩,١ ٪ من الأميين تابعوا برامج محو الأمية ، وشاهدوا مجرد مشاهدة واستماع ١٧,٤ ٪ بينما لم يتابعوها يشاهدوا ٤٣,٥ ٪

ونظراً لارتفاع سعر التلفزيون فإن نسبة من يمتلكونه محدودة تماماً (٢٤,٠ ٪) مما يؤدي ، مع أسباب أخرى ، إلى المشاهدة الجماعية ، سواء كانت عفوية كما يحدث في المقاهي والميادين العامة حيث يحتشد الناس معاً ، أو كانت منتظمة أي ترتبط ببرامج معينة موجهة لجمهور معين . هذا وتأتي حملة ضمن المشاهدة الجماعية المنظمة ، الأمر الذي يجعل جميع الدارسين وتنظيم حضورهم مشكلة كبيرة .

كما أن تنوع رغبات المشاهدين يمثل مشكلة أخرى ، فإذا لم يتجمع المشاهدون لهدف محدد وهو مشاهدة برامج محو الأمية التي تجعل المشاهدة أشبه بفصل دراسي ، فإن انعقاد الفصل يصبح أمراً صعباً حيث نجد أمام المنظمين رغبات مختلفة ، يضاف إلى ذلك أن وجود أكثر من قناة تلفزيونية يعطي الفرصة للنزاع بين المشاهدين حول أي الثنائيتين يشاهدون ، وكل هذه الأمور توضح أنه ما لم تنظم حملة محو الأمية من خلال فصول - أو مشاهدة مخططة - سلفاً مع وجود قيادة وتوجيه ، فإن نجاح الحملة يصعب ضمانه .

ومن ناحية أخرى فإن محو الأمية من خلال الراديو له مشاكل أيضاً ، قد تختلف عن مشاكل التلفزيون . وهنا نجد نوعاً من التناقض ، فبالرغم من أن نسبة ملكية الراديو في قرية قها هي نسبة مرتفعة (٩٣,٦ ٪ جدول رقم ٦) كما هو الحال في قرى أخرى ، إلا أن الراديو يبيع صوياً ولا يعرض صورة مما يجعله أقل فاعلية. بينما نجد أن تعليم القراءة والكتابة خبرة مرئية قبل كل شيء . ورغم ذلك فإنه يمكن للراديو أن يكون فعالاً في التعليم الوظيفي . أي أنه يمكن القول أن نشر المعلومات الهامة عن طريق الراديو قد يظم الفلاح عدداً من المسائل في مهنته عن المزدحمات والحبوب والأسمدة وما شابه ذلك . ولكن كل هذه المعرفة المفيدة لا تعتبر محواً للأمية . وعلى ذلك فإن دور الراديو في حملة محو الأمية قد تعتبر دوراً غير فعال .

### الجدول رقم (٥١)

#### تتبع البرامج الإعلامية لحو الأمية

النسبة المئوية	المسند	المصدر
٪٢٩,١	٦٣	١- إتباعها قراءة وكتابة
٪١٧,٤	٢٨	٢- مجرد الاستماع والمشاهدة
٪٤٣,٥	٧٠	٣- لا إتباعها
٪١٠٠	١٦١	الإجمالي (*)

ولقد أعدنا الجدول رقم (٥٢) بطريقة مزوجة حيث بين مدى حضور البرامج الإعلامية لحو الأمية مقارنةً بالمهنة ويوضح الجدول أن ٧١,٧ ٪ من العمال الأميين (وما في حكمهم) تتبعوا هذه البرامج بينما يشاهدونها إليها فقط ٢٨,٣ ٪ ويتتبعونها ١٨,٥ ٪ من الفلاحين الأميين ويشاهدونها ١٠,٩ ٪، ولم يتتبعوها ولم يشاهدوها ٧٠,٦ ٪ منهم .

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن العمال رغبة أكثر من الفلاحين في تعليم أنفسهم . وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن نظم العمل في المصانع المختلفة في قها تنص أن يكون العمال على دراية بالقراءة والكتابة .

## الجدول رقم (٥٢)

تتبع البرامج الاعلامية لمحو الامية مقارنا بالهذبة

التتبع لهذه	لا تتبعها	مجرد استماع لو مشاهدة	اتبعها قراءة وكتابة	إجمالي
فلاحون	٦٥ (٧٠,٦٪)	١٠ (١٠,٩٪)	١٧ (١٨,٥٪)	٩٢ (١٠٠٪)
عمال	—	١٣ (٢٨,٣٪)	٣٣ (٧١,٧٪)	٤٦ (١٠٠٪)
آخرون	٥ (٢١,٧٪)	٥ (٢١,٧٪)	١٣ (٥٦,٦٪)	٢٣ (١٠٠٪)
إجمالي	٧٠ (٤٣,٥٪)	٢٨ (١٧,٤٪)	٦٣ (٣٩,١٪)	١٦١ (١٠٠٪)

وقد اتضح من مناقشاتنا لأفراد العينة أن نسبة الذين تتبعوا البرامج الاعلامية لمحو الامية أكبر من نسبة الذين حضروا لفصول محو الامية ، وبذلك على أهمية دور وسائل الإعلام في محو الامية . وأدت أسباب متعددة لهذه النتيجة ، وأحد من أهمها كما قال أحد أفراد العينة أن التعليم من وسائل الإعلام يعطيه الإحساس بأنه لا يذهب إلى المدرسة كالأطفال ، وإنما يذهب إلى نادي لمشاهدة برنامجاً وأكد فرد آخر قيمة التعليم من خلال التلفزيون وقال أن السبب في ذلك يعود إلى توفير الوقت ، وعندما سألناه أن يشرح فكرته أضاف بأنه ليس مطالباً بإضاعة الوقت في الاستماع لبعض الأسئلة الساذجة التي يسألها غير القادرين على التتبع .

ولكن قد تكون هناك مسألة هامة جديرة بالحسبان وهي كفاءة المدرس إذ بينما يستطع التلفزيون أن يحصل على أحسن المدرسين المؤهلين للظهور على الشاشة الصغيرة ، فإنه قد يكون من الصعب إمداد فصول محو الامية المنتشرة في أماكن

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك للمقارنة .



متفرقة بالمرسين الأكفاء . بل إنه في بعض الأحيان نجد أن كثيراً من المرسين غير مؤهلين قليلى التعليم ، أو شبه متعلمين يستعان بهم من قصور ، لوبيوت الثقافة، أو المراكز الاجتماعية أو مكاتب الإرشاد الزراعى .

هذا واختيار العلاقة بين حضور فصول محو الأمية وتتبع البرامج الإعلامية ، إستخدمنا إختبار كا ٢ ، حيث كانت كا ٢ المحسوبة تساوى ٢٩٤,٥٢ بينما كانت كا ٢ المجنولة للرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٩٩١,٥ مما يدل على وجود البرامج الإعلامية . وهو يشير أيضاً إلى أن من يحضرون فصول محو الأمية يتتبعون البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

إذن يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى جزء من حملة محو الأمية وتلعب أيضاً دوراً مساعداً فى جزء آخر منها .

### مصادر التأثير لتتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية

وفى دراستنا لمعرفة قوة الحافز أو درجة الحث « Motivation » لدى أفراد العنية المنتقاة فى قرية قها ظهرت بعض الحقائق المشوقة. فقد سألنا أفراد العنية الدافع الذى دفعهم لمتتبعوا أو لمشاهدوا البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

وقد جاءت الإجابات بالجدول رقم (٥٢) الذى يوضح أن واحداً من أهم دوافع أفراد العنية فى ذلك هو « تحسين مركزى فى العمل » حيث ذكر هذا السبب ٥٠,٥% من أفراد العنية . ثم جاء فى الترتيب الثانى ٢٣,١% ذكروا أنهم أخذوا بنصيحة الذين يتتبعون البرامج . وعندما سألنا أحدهم ماذا كانت هذه النصيحة قال « كانت النصيحة لتحسين عملى » وقال آخر : « لتعطىنى فرصاً أكبر فى الحياة » وقد قال بقال كلام مثير للاهتمام : « لتجعلنى قادراً على أن أعمل حساباتى بنفسى وهكذا لا يخذعنى أحد » ثم تلى ذلك مصدر التأثير الذى جاء فى المركز الثالث والذى ذكره ١٦,٥% من أفراد العنية حيث قالوا نصيحة الأصدقاء كانت السبب ( المصدر ) لتتبعهم أو مشاهدتهم البرامج . وقد عبر أحدهم عن هذه النصيحة بأنه باتباعها يكون قادراً على التحول من العمل كفلاح إلى العمل كعامل فى المصنع .

### الجدول رقم (٥٣)

مصادر التأثير في تتبع برامج محو الأمية .

النسبة المئوية	المصدر	العدد
٩,٩%	١- رغبة شخصية	٩
١٦,٥%	٢- نصائح أصدقاء أو اقارب	١٥
٣٣,١%	٣- تأثرت بالذين يحضرون الدروس	٣١
٥٠,٥%	٤- لتحسين مركزى فى العمل	٤٦
١٠٠%	الإجمالي	٩١ (٥)

وكما سبق أن أوضحنا فإن نظم العمل فى بعض مصانع قها تنص على ضرورة معرفة العمال القراءة والكتابة أو الالتحاق بفصول محو الأمية .

ويمكن لنا أن نستنتج أن إجابات أفراد العينة الموضحة بالجدول رقم (٥٣) تظهر مدى تطلعهم إلى تحسين وظائفهم أعمالهم ، ورفع مستواهم وحصولهم على مزايا متعددة نتيجة لذلك ، وأن هذه التطلعات تتأثر بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة بمعرفتهم القراءة والكتابة .

ولاختبار العلاقة بين الدوافع وتتبع البرامج الإعلامية استخدمنا لذلك اختبار كاي ٢ لإيجاد العلاقة بين هذين العنصرين ، حيث كانت كاي ٢ المحسوبة تساوى ١١,٢١٤ بينما كانت كاي ٢ الجدولة للرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٥,٩٩١

(٥٥) انظر هذا الجدول على أفراد العينة يتبعون أو يشاهدون البرامج ومدى ٩١ ( انظر جدول (٥٤) .

مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يتتبعون البرامج وبين من يقومون بمجرد مشاهدتها في مواقعهم للتتبع أو للمشاهدة ، حيث أن من يتتبعون لديهم مواقع أقوى.

ويمكن القول مما تقدم أن بيانات دراستنا قد أوضحت أن الدافع الرئيسي وراء تتبع برامج محو الأمية هو حاجة الفرد إلى تحسين مكانته ، ولاتهم طريقة التعرض فيما إذا كان التعرض لفصول محو الأمية أو البرامج الإعلامية ، وترتيباً على ذلك فإنه يمكن القول أيضاً هذه البيانات تعكس ميل أفراد العينة إلى التقدم ، أي إلى التنمية .

إذن فإن هناك علاقة بين التعلم من وسائل الإعلام واحتياجات الأفراد ، والتأكد من جدية أفراد العينة في التعلم واستمرارهم فيه ، فقد سألناهم عن مدى انتظامهم في حضور أو تتبع برامج محو الأمية .

ويوضح الجدول رقم (٥٤) أن ١٢,١٪ قد حضروا الفصول أو تتبعوا البرامج الإعلامية لمدة تزيد على السنة وأن ٢٥,٣٪ استمروا لمدة سنة ، وأن ٣٠,٨٪ استمروا لمدة أقل من سنة .

إذن يمكن القول أن هذه البيانات توضح أن تتبع البرامج الإعلامية أو حضور فصول محو الأمية ليس مجرد ظاهرة عابرة ولا هي حماس في اهتماماتهم لا يلبث أن يهدأ ولكنه تصميم بهدف مؤكد يؤيده أفراد العينة . كما تبين أيضاً مدى رغبة أفراد العينة في التقدم والنمو ، كما أن لديهم نزعة إلى التجديد ، وهذه النزعة تعتبر إحدى المتغيرات المساعدة في عملية التنمية .

وقد تبين لنا من بيانات المسح أن ٢٢ فرداً من أفراد العينة (٢٥,٣٪) استطاعوا القراءة ، وأن ثمانية أفراد (٨,٨٪) استطاعوا القراءة ، الكتابة ، وأن باقي أفراد العينة ما زالوا في عملية التعلم .

ومن المقابلات والمناقشات مع أفراد العينة والأهالي في القرية أمكن معرفة بعض البيانات مثل أن من بين إجمالي أفراد العينة في هذا القسم ، سواء المشاهدين للبرامج الإعلامية لمحو الأمية أو الذين حضروا فصول الأمية ، حصل ٨,٨٪ منهم على علاوة في أجورهم ، بينما لم يحصل الباقون على علاوة إما لأنهم ما زالوا يدرسون وإما لأنهم من غير العمال .

وقد قال أحد أفراد العينة ، في حديث معه ، أنه سعيد لحصوله على زيادة في أجره ، أضاف أن مثل هذه الزيادة لو أصبحت قاعدة عامة ، فإنها ستصبح حافزاً طيباً لكي يلتحق مزيد من الناس ببرنامج محو الأمية . وبالطبع فإن هذا الفرد لم يعرف أنه بهذه الإجابة البسيطة قد أكد أحد الشروط الضرورية لنجاح أية حملة للتنمية ، وهو ضرورة وجود مزيد من الحوافز والمكاسب المادية ، للمشاركين فيها .

#### الجدول رقم ( ٥٤ )

##### مدة تعلم القراءة والكتابة

المدة	العدد	النسبة المئوية
* أقل من سنة دراسية	٢٨	٢٠,٨٪
* سنة دراسية واحدة	٢٣	٢٥,٣٪
* أكثر من سنة دراسية	١٢	١٣,١٪
* لا إجابة	٢٨	٣٠,٨٪
الإجمالي	٩١	١٠٠٪

والسؤال الذى يتردد الآن هو ماذا عن الذين لم يلتحقوا فى عمل أو فى وظيفة بعد ، كالفلاح مثلاً ، ما هو نوع الحافز التى يمكن أن تدفعهم للاشتراك بفصول محو الأمية أو لتتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية ؟

فى الحقيقة أنه ينبغي على أى مسئول ومسمى عن حملات التنمية أن يفكر فى هذه الأمور . وفى رأينا أنه يمكن أن يأخذ هذا الحافز صورة إمتيازات يحصل عليها الفلاح من الجمعية التعاونية الزراعية ، أو فى شكل حوافز مالية ، أو هدية معينة كبقرة أو جاموسة تساعد فى عمله . وباختصار فإنه يجب إعطاء الفلاح تعويضاً مادياً معيناً نظير جهوده فى تعليم نفسه .

### الخلاصة :

لقد أظهرت الدراسة الميدانية أن نسبة لا بأس بها من الأميين لا يتتبعون برامج محو الأمية ( حوالى ٤٤٪ من المبحوثين وفقاً للجدول ٥١ ) ، وذلك يرجع بطبيعة الحال إلى عدد من المعوقات التى تقف فى طريق حملة محو الأمية . والحقيقة أنه ما لم تكن حملة محو الأمية منظمة من خلال فصول معدة مسلفاً أو مشاهدة مع قيادة ، وتوجيه ، فإن نجاحها يكون غير مضمون :

١ - أظهر المسح أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى جزء من حملة محو الأمية ، كما أنها أيضاً تلعب دوراً مساعداً فى جزء آخر منها .

٢ - تبين أن هناك علاقة بين التعلم واحتياجات الفرد . كما أن الذين حضروا فصول محو الأمية أو تعرضوا للبرامج الإعلامية لمحو الأمية كانوا مدفوعين بحاجتهم إلى تحسين مكانتهم .

٣ - لاحظنا أن الحوافز ، مادية ومعينة ، ضرورية لنجاح حملة محو الأمية . وينبغي أن تتبع هذه الحوافز من حقيقة واضحة وهى أن تعلم القراءة الكتابة عمل طيب من وجهة نظر المجتمع والفرد ، وأن فوائدنا ستعود على المتعلم فى الوظائف والمراكز التى سيحصل عليها فى المجتمع أو فى المزايا المالية والعينية الأخرى .



## الخاتمة والتوصيات

### الخاتمة

تعتبر التنمية هدفاً سياسياً هاماً وحيوياً لكل دولة ، نامية كانت أو متقدمة ، حيث تسعى بكل إمكانياتها وطاقاتها إلى رفع معدلاتها وإلى إزالة كافة العقبات التي تعترض تحقيق ذلك الهدف ، كما يعتبر تزايد السكان والامية مشكلتين هامتين من المشاكل الرئيسية التي تقابل الدول في هذا السبيل . وتتفاقم هاتان المشكلتان في الدول النامية وعلى الأخص في المناطق الريفية منها .

ومصر تعاني من مشكلتي التضخم السكاني والامية كمعظم الدول النامية، وتعتمد على أجهزتها في استخدام كافة الوسائل والأساليب للقضاء على هاتين المشكلتين وتتفق في ذلك أممالات . كما تركز اهتمامها على الريف والفلاحين والإنتاج الزراعي وكل ما يمس التجمعات السكانية المتخلفة نسبياً من إقتصاديات مصر الحديثة بصفة خاصة والعالم المتقدم بصفة عامة.

وتعتبر الحملات الإعلامية التي تقوم بها الدولة لزيادة معدل التنمية وعلاج المشاكل التي تقابل تحقيقها هي إحدى الأساليب الهامة المستخدمة في هذا المجال .

ومن ثم فإن الاتصال يعتبر عاملاً هاماً في عملية دفع عجلة التنمية إلى الأمام والتنمية كما يراها معظم الباحثين في علم الاتصال - هي التغير إلى الأحسن وإن تحقيق مزيداً من التنمية يتطلب ضرورة الاتصال بال جماهير العريضة ومن هنا جاءت أهمية وسائل الإعلام وأهمية دراسة الدور ، سواء أكان رئيسياً أو مساعداً ، الذي يمكن أن تلعبه هذه الوسائل في عملية التنمية . وتزداد هذه الأهمية إذا أخذنا في الاعتبار دراستها على قرية مصرية تفتقر - في بعض جوانبها إلى الأساليب المصرية وتعاني من بعض المشاكل التي تعوق حركة التنمية كالتضخم السكاني

والأمية . وعلى ذلك فإن موضوع دراسة دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في قرية مصرية أضفى موضوع الساعة لأنه كما بينا يمس مشاكل حيوية تعاني منها مصر وكثير من دول العالم - من أزمته بعيدة . ولقد هدفتنا من هذه الدراسة ، بجانب مآلها من أهمية ، إلى توفير بيانات حقيقة عن تأثير الإعلام على مجتمع القرية - وهي قرية قها - وبيانات أيضا للمشاكل الواقعية التي تعيشها يوميا وتلك التي تعوق تحقيق أهدافنا القومية كالتزايد السكاني والأمية خاصة وأن الدراسات التي أجريت في هذا المجال دراسات قليلة ، وأن الحكومة تتفق مبالغ طائلة على التنمية الريفية . وهدفنا أيضا إيجاد الحلول المناسبة لتلك المشاكل . كما أن البيانات الفعلية المتاحة تساعد ، من ناحية أخرى ، الدارسين والباحثين في موضوعنا على زيادة البحث والدراسة حتى تصل إلى تحقيق الرفاهية المنشودة .

وقد أخذنا قرية قها لإجراء الدراسة الميدانية ذلك لأنها تتميز بسمات العصرية والسمات التقليدية في آن واحد . فبينما تتوفر فيها الصناعات والزراعات والأنشطة التي تستخدم فيها الوسائل العصرية والتكنولوجيا المتقدمة وتتوفر فيها وسائل الاعلام الالكترونية والمطبوعة ، نجد على النقيض من ذلك بضع الأنشطة صناعية وزراعية وتجارية ، وغيرها - تستخدم فيها أساليب الإنتاج البدائية . هذا التناقض في الأساليب الإنتاجية المستخدمة في كافة الأنشطة ، وما يتربى عليه من وجود تفاوت في مستويات معيشة السكان في قها ، أوجد لنا مجالا مناسباً للدراسة الميدانية قد لا تتوفر في قرى - كثيرة - أخرى . فيمكن ، من ناحية ، مثلا التعرف على العادات وأساليب الإنتاج التقليدية وندرس تأثيرها على التنمية كما يمكن من ناحية أخرى أن نشبه قها بالقرية النموذجية التي تكلم عنها رايسمان في تقديمه لكتاب ليونر the passing of traditional society والتي تصلح مجالا للدراسة الميدانية في موضوعنا .

ويهم الإشارة كذلك إلى أننا في دراستنا لأنوار وسائل الاعلام تعرضنا فقط لأهم تلك الوسائل التي يتعرض لها سكان قها باستمرار والتي لها تأثير عليهم وهي



الراديو والتلفزيون والصحف واستبعدنا مناقشة دور الفيلم والكتاب لقلة تأثيرها على مجتمع قها نتيجة قلة التعرض لهما لأسباب متعددة منها ارتفاع التكاليف نسبيا وزيادة الأمية .

ومن جمع البيانات من مجتمع قرية قها اخترنا عينة عشوائية من إرباب الأسر فيها بلغ إجمالى عددها ٢٤٩ رب أسرة . وقد استخدمنا عدة مصادر للحصول على البيانات التى تقدم أغراضنا: مصادر رسمية منها إحصاءات الجهاز المركزى للتعبئة العامة للأحصاء وبيانات المجلس المحلى ومجلس القرية وغيرها - والملاحظة الذاتية - وصحيفة استبيان لاستطلاع رأى أفراد العينة المختارة حول مدد من القضايا المحلية والقومية الهامة وعلاقتها بمدى تعرضهم لوسائل الإعلام .

هذا وقد افترضنا عدة افتراضات من دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية :

١- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئيا بطريقة الاستقبال كم يتحدد جزئيا ببعض الخصائص الخلفية للفرد

٢- قد تكون هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام من ناحية ومعرفة المسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى .

• قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بمعرفة مشكلات محددة من التنمية كالإبحار وإعادة فتح قناة السويس.

• قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.

٣- فى عملية اتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا فى وظيفة المعرفة ، بينما تكون قنوات الاتصال المباشر أهم نسبيا فى وظيفة الإقناع.

٤- تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا فى حملة محو الأمية ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد .

وقد تبين من خصائص أفراد العينة أن الرجال يمثلون ٨١٪ منها وأن النساء يمثلن ١٩٪. وقد اعتبرنا النساء ويات أسر في أحوال معينة كأن يكون الزوج خارج القرية ، أو متوفى أو تكون السيدة مطلقة ، وقد تراوحت أعمار أفراد العينة بين ٢١ سنة وأكثر من ٦٠ سنة . وبلغت نسبة الفلاحين في العينة ٤٠٪ والعمال ٣٥٪ والمهنيين الأخرى ٢٥٪ وهذه العينة تعتبر نموذجاً ، إلى حد كبير ، للمهنيين والعمال والفلاحين ، في قها ذلك أن معظم سكانها من الفلاحين . وقد بلغت نسبة الأمية في العينة حوالي ٦١٪ وتراوحت دخول أفرادها بين أقل من ٢٠ جنيها شهرياً وأكثر من ٤٠ جنيهاً .

وقد أثبتت لنا البيانات الميدانية على هيئة البحث أن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية له ، ذلك أننا وجدنا أن مالكي أجهزة الراديو والتلفزيون أكثر استماعاً لهما ، من غير المالكين ، وأن العمال أكثر استماعاً لهما من الفلاحين أو المهنيين الأخرى ، وأن الإناث أكثر من ذلك من الذكور ، كذلك وجدنا أن فترة ( كمية ) الاستماع إلى الراديو تقل كلما زاد الدخل والتعليم والسن في حين تزيد فترة مشاهدة التلفزيون كلما زاد الدخل والتعليم وتقل كلما زاد السن وقد يستنتج من ذلك أن السن هاماً يؤثر على التعرض لوسائل الإعلام وأنه كلما زادت المسؤوليات ، وزاد الدخل والتعليم ، أثر ذلك على مدى التعرض للراديو ( بالانخفاض ) ولم يؤثر على مدى التعرض للتلفزيون .

وتبين لنا أيضاً أن جمهور الوسائل الإلكترونية أكبر من جمهور الوسائل المطبوعة ويرجع ذلك أساساً إلى ارتفاع نسبة الأمية . وقد تبين أن مالكي ( مشغري ) الصحف أكثر قراءة من غير المالكين وأن فترة ( كمية ) القراءة تزيد بزيادة السن والتعليم والدخل وأن العمال أكثر قراءة من الفلاحين والذكور أكثر من الإناث . ويمكن أن نعتبر هذا الجزء المكون من القرى للدراسة .

وعلى هذا يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في عملية التنمية في قها . كما أن مخرجات وسائل الإعلام سواء أكانت في شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالتضايي الاجتماعية أو شكل خدمات كالبرامج الدينية والزراعية ... تعمل إلى

القروي العادي في قها مباشرة من خلال وسائل الإعلام الثلاث . وقد أثبت القرويون في قها أنهم لا يختلفون - كثيراً - من أبناء المدن العصرية في اختيار البرامج الإعلامية التي تتناسب ورغباتهم . كما وأنهم أظهروا اهتماما بموضوعات متنوعة مما يمكن أن يستدل منه أيضا أن اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام لا تختلف كثيراً من اتجاهات الفئات الاجتماعية الأخرى .

وبصفة عامة يمكن القول أن هناك ثلاث وظائف أساسية لوسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية هي : الإعلام - اتخاذ القرارات - التعليم . وقد قمنا باختيار دور وسائل الإعلام في كل وظيفة من هذه الوظائف .

ومن الوظيفة الأولى وهي الإعلام تبين لنا أن وسائل الإعلام تستطيع تناولها مباشرة بشكل جيد . والحقيقة أنه بدون وسائل الإعلام فإنه قد يستحيل تلبية هذه الوظيفة . وتعتبر وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية في نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الاتصال المباشر ذلك أن رسائل وسائل الإعلام وصلت إلى غالبية جماهير قها مباشرة بفاعلية .

ولقد أدى التعرض لوسائل الإعلام إلى رفع مستوى الإدراك والاجتماعي والسياسي لدى القرويين في قها . ذلك أن القضايا الاجتماعية والسياسية التي تعرضها وسائل الإعلام يشاهدها القرويون ويسمعونها في مجموعات ثم يناقشونها بعد ذلك . ولقد وضح من الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والإدراك الاجتماعي .

وقد تؤدي معرفة القضايا الاجتماعية دورا هاما في سبيل الاندماج الاجتماعي والسياسي القروي في النظام القومي . وقد تبين لنا من الدراسة أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع أفاق القروي من المسائل المحلية إلى المسائل القومية وأن التعرض لوسائل الإعلام يركز إتياء الفرد على قضايا محددة للتنمية مثل إعادة فتح قناة السويس وشهادات الاستثمار .

كما تبين أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما أدى ذلك إلى الإسراع بعملية التنمية . ويمكن بهذا التعرض أن تخيل أنفسنا في المكان الذي نسمع عنه أو نشاهده أي أننا ننقل إلى هذا المكان نظرياً ونتعرف على نظم وثقافات أخرى . ومن ثم فإن القروي يستطيع أن يرى ويسمع ويقارن وبالتالي يزداد طموحه وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة طموح الفرد تجاه نفسه وأولاده . وكان لدى الفلاحين الوراثة من الطموح تجاه أنفسهم وتطلعات تعليمية ومهنية تجاه أولادهم .

وقد كان هناك إجماع عام بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها . كما أنهم أظهروا نوعاً من الثقة فيها باعتبارها وسائل تنقل المعلومات عن التنمية وهو ما يساعد على عملية التفسير الموجه في خطة التنمية التي تقوم بها الحكومة وأجهزتها .

ومن الوظيفة الثانية ، اتخاذ القرارات ، وجدنا أن أقصى ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام هو القيام بأنوار مصاعدة . ذلك أن هذه الوظيفة تتطلب تغيير الاتجاهات الراسخة والمعتقدات والعادات الاجتماعية وهو ما يمكن أن يقوم به الاتصال المباشر .

وقد حاولنا في دراستنا تقييم دور وسائل الإعلام في عملية اتخاذ القرارات بشأن تبني الأفكار المستحدثة ، واخترنا لتحليلنا حملة تنظيم الأسرة على اعتبار أن الانفجار السكاني واحد من المشكلات الرئيسية التي تواجه التنمية في مصر . وقد افترض البعض خطأ أن خلق الإدراك في تنظيم الأسرة يؤدي تلقائياً إلى الاقتناع ثم التبني . غير أنه تبين لنا أن حوالي ٢٠ ٪ من أفراد العينة أبدوا تنظيم الأسرة ولكنهم لم يتبنوه وأن حوالي ٦٦ ٪ ممن تبنا تنظيم الأسرة (٤٦ ٪ من العينة) لم يؤكدا قرارهم . ومن ثم فإن متابعة الذين تبنا تنظيم الأسرة ضروري لتجنب عدم الاستمرار .

وستنتج من بيانات البحث عن قها أن قنوات وسائل الإعلام أهم تسميا من  
قنوات الاتصال المباشر في وظيفة المعرفة وأن الأخيرة أهم في وظيفة الاقتناع .

وقد تبين لنا أن وسائل الإعلام عندما تستكمل بالاتصال المباشر تلعب دورا  
هاما في تبني الأفكار المستحدثة . كما أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها في تلبية  
المناقشات بالمعلومات عن طريق خلق الإدراك وتوضيح القضايا ، بينما كان للاتصال  
المباشر تأثيرا قويا على أفراد عينة قها في إقناعهم بالأفكار المستحدثة خاصة إذا  
جاء هذا الاتصال من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأقارب .

كما وجدنا أيضا أن هناك علاقة بين الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل  
الإعلام ومعرفة القراءة والكتابة والمهنة .

وأخيرا حللنا الوظيفة الثالثة وهي التعليم والتي يمكن أن تلعب وسائل الإعلام  
فيها أدوارا رئيسية أو مساعدة . وقد اخترنا حملة محو الأمية لاختبار دور وسائل  
الإعلام ذلك أن الأمية تعتبر مشكلة أساسية في التنمية . وقد وجدنا أن وسائل  
الإعلام تلعب دورا هاما في كل مراحل حملة محو الأمية ، في الدعاية للفكرة وفي  
تعليم القراءة والكتابة ، وفي تنظيم الثقافة العامة ، وفي متابعة الحملة وقد تبين لنا  
أن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دورا أساسيا أو مساعدا في حملة محو الأمية  
ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد كم تبين لنا أيضا أنه ليس كل الأميين يتتبعون  
برامج محو الأمية بل إن حوالي 1٪ منهم لا يتتبعون الحملة ومن ثم فإن هناك  
معيقات تقف في طريقها . وفي رأينا أنه ما لم تكن هذه الحملة منظمة من خلال  
فصول معدة مسلفا أن برامج مشاهدة مع قيادة وتوجيه فإن نجاح الحملة لا يكون  
مضمونا .

وقد تبين لنا أن العمال يتتبعون برامج محو الأمية بدرجة أكبر من تتبع  
الفلاحون لها . وقد تكون الوائح القوانين التي تلزم العمال بتعلم القراءة والكتابة هي  
أحد الأسباب الرئيسية في ذلك ، حيث تبين لنا أن الدافع الرئيسي لتتبع برامج محو  
الأمية هو تحسين مكانة الفرد .

## التوصيات :

يمكن القول أن وسائل الإعلام هي أدوات تساعد على التنمية ذلك أنها تؤدي إلى خلق الإدراك والمعرفة وإلى تركيز الانتباه على قضايا قومية محددة وأنها تساعد على الاقتناع بالتغيير وتبني الأفكار المستحدثة . وأن الاتصال المباشر له تأثير فعال في إحداث هذه التغييرات .

وعلى هذا فإنه لا بد أن تستخدم قنوات الإعلام وقنوات الاتصال المباشر في إحداث التغييرات اللازمة ، ولا ننظر إلى تكلفة هذا الاستخدام طالما أن العائد والفائدة منه على المدى الطويل ستكون أكبر . ونعرض اقتراحاتنا لعلاج أهم المشاكل التي قابلتنا في دراستنا على قها فيما يلي :

١- يجب العمل على القضاء على الأمية باعتبارها مشكلة هامة من المشاكل التي تواجه التنمية في مصر . ويمكن أن يقتضى ذلك بأن يتم نشر التعليم ليشمل الأميين الكبار والصغار كما يلي :

• زيادة فرص التعليم الإلزامى والمهني بحيث تكون هناك مساواة بين الجميع في فرص التعليم الإلزامى والمهني المتاحة .

• ومن ناحية أخرى فإنه لا بد من الإلزام على تعليم الكبار والصغار وربط حضور فصول الأمية بمكافآت مالية ومزايا عينية .

• يجب امتداد قاعدة التعليم لتشمل الفلاحين بما لا يتعارض وأوقات اشتغالهم بالزراعة .

• يجب نشر الوعي بين الفلاحين حول مزايا تعليم الكبار والصغار .

هذا وقد أوضحنا أن وسائل الإعلام تستطيع القيام بأدوار رئيسية في التعليم عن طريق المشاهدة أو الاستماع للبرامج التعليمية للوسائل الإلكترونية وتستطيع توفير المعلومات اللازمة لمساعدة الفصول الدراسية في محو الأمية .

٢- يجب العمل على وقف التزايد السكاني بأن يتم اتخاذ عدد من الوسائل ننكر منها يلي :

• يجب نشر الوعي بأهمية نشاط تنظيم الأسرة للفرد والدولة .

• أن يتم تشجيع الذين تبنوا تنظيم الأسرة .

• ألا تمنع الدولة مزايا التعليم المجاني والخصم الضريبي والمواد التموينية وغير ذلك إلا حتى الواد الثالث مثلا .

وهي رأينا - وكما تبين من بيانات دراسات الميدانية - أن وسائل الاعلام تلعب دورا مباشرا في نشر الوعي حول تنظيم الأسرة وفوائده للفرد والدولة ، وأنها تلعب دورا مساعدا في تغيير الاتجاهات لتبنى هذه الفكرة ، وبالتالي فإنه يجب استثمار هذه الوسائل الإعلامية لأداء أدوارها المنتظرة .

٣- إعادة توزيع خريطة مصر وهو ما نادى به الرئيس الراحل السادات وينادى به الرئيس مبارك ومن ثم فإنه لابد من زيادة المساحات الخضراء على أرض مصر وعدم الاعتماد فقط على الدلتا ووادي النيل ، كما أنه لابد من الاستفادة من أراضي سيناء التي استردتها مصر تنفيذًا لمعاهدة السلام التاريخية . ويمكن في هذا أن تتبع الدولة سياسية تمليك المواطنين أراضي - بدون مقابل- يزرعونها على نفقتهم على أن توفر لهم المياه والتربة الصالحة . وهو والحمد لله ما أمر به الرئيس مبارك مؤخراً .

وتستطيع وسائل الاعلام تركيز الانتباه على هذه القضية الهامة بنشر المعلومات المفيدة وإجراء الحوار حولها ويمكن أن يتم تبنى هذا الموضوع إذا ما اشترك الاتصال المباشر في ذلك - كالتدوات والمحاضرات والمناقشات - حيث يتم اقناع المواطنين بأهميته .

٤- وقف هجرة الفلاحين من الريف إلى المدن . ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بحملة إعلامية واسعة توضح أهمية وقف تلك الهجرة ومساوئها على الزراعة

وعلى الضمانات التي تؤيدها الدولة على سكان المدن . كما يمكن أن تقوم الدولة بوضع نظاما سليما للأقراض يساعد الفلاحين في الحصول على السماد والمواد الزراعية والكيمياوية اللازمة وبأسعار زهيدة . وتستطيع وسائل الإعلام أن توضح الرؤية حول هذا الموضوع . خاصة وأنه اتجاه عالمي وفقا لما جاء في برنامج المؤتمر الدولي للسكان والتنمية المنعقد بالقاهرة في سبتمبر ١٩٩٤ كما أشرنا .

ويمكن من طريق وسائل الإعلام بالاشتراك مع الاتصال المباشر تعليم الفلاحين الأساليب الفنية الحديثة في الزراعة بما يشجعهم على زيادة الانتاج وبما يؤدي إلى ربحيتهم ومن ثم تشجيعهم على البقاء في الريف .

٥- زيادة هجرة الفنين لتعمير الصحارى . فالأرض الصحراوية في حاجة إلى الخبرة العلمية في الزراعة والرعي والحصاد واستخدام المواد الكيماوية بما يؤدي إلى زيادة الانتاج الزراعي وتحسين جويته . والحقيقة أن هذه الهجرة لهذا الاستطلاع أمر ضروري ويجب على الجامعي أو الشاب وهو على أول الطريق القيام به باعتباره مواطنا يهيمه مصلحة الوطن والمصلحة العامة للمواطنين وهو ما فوق كل اعتبار .

وتستطيع وسائل الإعلام نشر الفكرة المستحدثة من تعمير الصحراء كما يمكن اتصال المباشر - في حلقات المناقشة بالوادي مثلا - تغير الاتجاهات التي قد تقف في سبيل تنفيذ تلك الفكرة .

وتستطيع الحكومة أن تعاون على ذلك أيضا برفع مرتبات أو مكافآت الفنين وتوفير كافة سبل الراحة لهم مع ضرورة زيادة التعميمات وزيادة معدل الوديات بما يؤدي إلى زيادة فترات الأجازات .

٦- رفع مستوى المعيشة في القرية حتى يمكن أن تبدو كنموذج مصغر للمدينة . حيث لابد من إمداد ما لم يتم إمداده منها بالشبكات الكهربائية ورصف أهم طرقها الداخلية مع استخدام أحدث الأساليب والآلات الزراعية ( والصناعية ) والتدريب عليها .



ويمكن لوسائل الإعلام أن تزيد من طموح الفلاح و أن تنشر الوعي حول الأساليب الزراعية الحديثة كما يمكنها إذا استخدمت مع الاتصال المباشر إقناع الفلاحين بتبنى هذه الأفكار المستحدثة .

٧- تصميم أساليب الاتصال الإعلامي بتقوية أجهزة إرسال الموجات الصوتية والمرئية أو بتقوية نوعية المواد الإعلامية المستخدمة . مع استخدام نوادي الاستماع وزياراتها في مختلف القرى . وإيجاد العدد المناسب من قادة الرأي المتفهمين لطبيعة عملهم . كل هذا بعد إجراء الدراسات المستفيضة في هذا الخصوص .

٨- أن هناك ميل عام في البحوث التي تجرى حول الفلاح المصري لتطبيق التعميمات وتجاهل المميزات الشخصية للمصريين بصفة عامة . وقد جاء ذلك نتيجة عدد من الأسباب أهمها تيار التأثيرات والحضارات الفرعونية واليونانية والرومانية والفارسية والعربية والتركية والأوربية التي تعرضت لها مصر خلال تاريخها الطويل . وكل ثقافة من هذه الثقافات تركت خلفها آثار في الشخصية المصرية . تلك الشخصية ينبغي أن تدرس كخطوة أولى في بحوث التنمية .

٩- كما نحتاج أيضا إلى المزيد من البحوث التي تختبر سريان معلومات التنمية في المناطق الريفية . هذا ومن الصعب حدوث التغيير إلا إذا عرف هؤلاء المتوقع تغيير اتجاهاتهم أسباب التغيير وطرقه وعائده فيقبلونه كذلك فإنه من الصعب تعلم المهارات الجديدة إلا إذا تم تدريب المطلوب تعليمهم عليها وعلى أساس سليم وإلا إذا تم حب الأفراد على السعى نحو التعليم . كذلك فإنه من الصعب اتخاذ القرارات المتوقعة بتغيير في العادات والاتجاهات ، إلا إذا أعطيت للناس فرصة لمناقشتها.

يضاف إلى هذا بأننا نجد أنه من الصعب حدوث المشاركة القومية الحقيقية في التنمية الاجتماعية إلا إذا كان هنا سريان للاتصال صعبا ومربوطا بين القادة

القوميين وبين القادة الريفيين . ومن ثم فإن أول خطوة في وضع الاتصال الحديث في خدمة التنمية القومية هي البحث الكامل والعميق عن سريان الاتصال في القرى الريفية ، وضرورة معرفة أي معلومات للتنمية الاجتماعية قد تم إرسالها ؟ وكم منها تم استقباله ؟ ولأن تصله هذه المعلومات بكمية غير كافية ؟ وأين تكون الحاجة إلى المعرفة غير مشبعة ؟ وفي أي الموضوعات ؟

ولقد وجدت في دول كثيرة في مثل هذه الدراسات بالذات خبرة مذهشة جدا فتبين أن كثير من المعلومات التي يرسلها المصدر لم تكن تصل إلى الجماهير ، وأن الجزء الذي استطاع توصيله لم يكن مفهوما أو أن الجماهير قد رفضته . كما وجد أن المجموعات التي افترضوا أنها أحيطت علما بموضوع معين كانت تجهله . إن معرفة هذه الأشياء هي أساس تحسين الاتصال .

١٠- يجب أن يتم التنسيق بين كافة أجهزة الدولة المعنية بالإعلام والتنمية حيث يتم ، مثلا ، نشر المواد الإعلامية لتحقيق أهداف واحدة تسمى إليها كافة تلك الأجهزة ، وأن تقوم الجهات المعنية بالتنمية وبالمجتمع الريفي بدراسة الأبحاث الميدانية التي أجريت في هذا الصدد والتعاون في إيجاد الوسائل اللازمة لعلاج المشاكل التي تنتج منها ، وتنفيذ توصياتها طالما كانت مقبولة.

١١- لابد من متابعة البحوث الميدانية . ذلك أن البحوث تضع إفتراضاتها وتقوم بإثباتها وتستخلص نتائج معينة ولكن قلما يتم اختبار هذه النتائج . والعمل بها بشكل فعال .

١٢- كذلك فإنه ينبغي دراسة أثر تحول القرية إلى مدينة كما حدث بالنسبة لقمها ، ذلك أن تحويلها إلى مدينة قد ترتب عليه ، بصفة عامة ، زيادة الخدمات التي تتم فيها وزيادة فئة العمال وبالتالي فإن النوعية السكانية بدأت تتغير فالعمال بدأوا يتزايدون وطالما أن قوانين العمل تنص على ضرورة محو

العمال لأميتهم فإن نسبة الأمية قد تكون في طريقها إلى الانخفاض بدرجة أكبر مما مضى ، مما سيؤدي إلى التغيير في نوعية الاستماع إلى الراديو ونوعية وإوقات مشاهدة التلفزيون واختلاف في الآراء وفي الاتجاهات وبالتالي في أنواع البرامج إلخ ...

كذلك توجد تجارب إعلامية تستحق تخصيص بعض البحوث والدراسات لتأبعيتها مثل تجارب نوادي الاستماع ونوادي المشاهدة التي تقوم فكرتها الأساسية على الربط بين دور وسائل الإعلام ودور الاتصال المباشر في القيام بوظائفها في عملية التنمية بصورة أكثر فاعلية وخاصة فيما يتعلق بالإفكار المستحدثة . وجدير بالذكر أن هيئة الاستعلامات قد قامت ، من سنوات ، بتجارب في ذلك الخصوص في الريف المصري مثل تجربة الفيديو في تلا ونوادي الاستماع والمشاهدة في المراكز الإعلامية .

وفي ضوء هذا كله يتضح أن دراستنا ما هي إلا بداية لدراسات وأبحاث أخرى أوصى ببيتها لما لتجربة لها من مدلول خاص . ذلك أنه بعد أن أعلنت لها مدنية فإن ظروفها الاجتماعية ، غالباً ، ستختلف وسوف تتغير فيها العلاقات الإنسانية وعلاقات العمل ، كما أوضحنا حالاً ، بل وستتغير المدة الطويلة لإعادة تغيير الاتجاهات . كل هذا بالإضافة إلى أن ازدياد حجم وفاعلية وسائل الإعلام وأجهزته سيؤدي إلى الإسراع برفع معدلات التنمية ومن ثم قد تصبح لها تجربة رائدة في هذا المجال الحيوي الهام .

ترحمه الله تعالى وتوفيقه



## **الملاحق**

**تضم القائمة ملحقاتين علي النحو التالي :**

**ملحق رقم (١) : خريطة قها .**

**ملحق رقم (٢) : القرار الجمهوري بإعلان قها ( مدينة ) .**









ملحق رقم ( ٢ )

## قرار رئيس جمهورية مصر العربية

رقم ٢٩٥ لسنة ١٩٧٥

### رئيس الجمهورية

بعد الاطلاع على الدستور

وعلى قانون نظام الإدارة المحلية الصادر بالقانون رقم ١٢٤ لسنة ١٩٦٠  
والقوانين المعدلة له .

وعلى القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٧١ فى شأن نظام الحكم المحلى  
وعلى قرار رئيس الجمهورية رقم ١٧٥٥ لسنة ١٩٦١ بتقسيم الجمهورية الى  
مافظات ومدن وقري وتحديد نطاق المحافظات والقرارات المعدلة له .

### قرر

#### المادة الأولى

تحول القرى المبينة فيما بعد إلى مدن وهى :

محافظة المنوفية	إلى مدينة باسم سرس الليان	قرية سرس الليان
محافظة الجيزة	إلى مدينة باسم مدينة أوسيم	قرية أوسيم
محافظة البحيرة	إلى مدينة باسم مدينة الرحمانية	قرية الرحمانية
محافظة قنا	إلى مدينة باسم مدينة فرشوط	قرية فرشوط
محافظة الشرقية	إلى مدينة باسم مدينة الإبراهيمية	قرية الإبراهيمية
محافظة دمياط	إلى مدينة باسم مدينة الزرقا	قرية الزرقا
محافظة القليوبية	إلى مدينة باسم مدينة قها	قرية قها
محافظة أسيوط	إلى مدينة باسم مدينة سليم	قرية ساحل سليم

#### المادة الثانية

ينشر هذا القرار فى الجريدة الرسمية

صدر برئاسة الجمهورية فى ١٨ ربيع الاول سنة ١٣٩٥ هـ ( ٢١ مارس ١٩٧٥ )

أنور السادات



## المراجع

تتقسم قائمة المراجع إلى أربعة أقسام حيث يضم القسم الأول منها الكتب والمقالات باللغة العربية ، ويضم الثاني الكتب والمقالات باللغات الأجنبية ، ويضم الثالث الأبحاث غير المنشورة . ويضم الجزء الرابع مراجع إضافية (للطبعة الثالثة)



## أ- المراجع العربية :

• الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، النتائج النهائية لتعداد السكان بالمدينة عام ١٩٦٦ ، المجلد الثالث ، مرجع رقم ١ - ٦١١ ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، يوليو ١٩٦٧ .

• إعداد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الراديو والتليفزيون فى مجال نحو الأمية ، رقم ٩ ، ١ لقاهرة ١٩٧١ .

• زاهية موزوق ، التوعية المباشرة فى تنظيم الأسرة والنروس الاستفادة من تجارب الإسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .

• زكريا أحمد البرامى ، مجال الدعوة فى تعديل مبركات أهل الريف المصرى ، وتحريك بوافهم نحو تنظيم الأسرة ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .

• لويس كامل مليك ، الجماعات والقيادات فى قرية عربية ، سرس الليان ، المنوفية ، مصر ، ١٩٦٣ .

• محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى - دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، دار المعارف بمصر ، ١٩٧١ .

• مكتب تنظيم الأسرة بمحافظة المنوفية ، مجموعة تقارير تحت عنوان تنظيم الأسرة فى المنوفية ، مصر ، ١٩٧٢ .

• يوسف السباعى ، مصر المشكلة والحل دار المعارف القاهرة ، ١٩٧٨ .

## **ب - المراجع الاجنبية :**

- Abu Lughod, Ibrahim. « The Mass Media and Egyptian Village Life »  
Social Forces : 142 (October 1963).**
- Adams, S.L. « Reduction of Cognitive Dissonance by Seeking Consonant  
Information ». Journal of Abnormal and Social Psychology,  
Vol. 62, 1961.**
- Allport, Gordon and Leo Postman, The Psychology of Rumor, New  
York, Holt, 1947.**
- Ammar, Hamed. Growing Up in an Egyptian Village. London  
Routledge and Kegan Paul Ltd, 1954.**
- Ammar, Hamed. Training Workers for Tribal Community, UNESCO,  
ASFEC, Occasional Paper II, Sirs el Layan, ARE. 1964.**
- Antoun, Richard and Illiya Harik, Rural Politics and Social Change  
in the Middle East, Bloomington Ind., Indiana University  
Press, 1972**
- Azzam, M.A., Rural Industries and Community Development in  
the Middle East. UNESCO, ASFEC, Occasional Paper V,  
Sirs el Layan, 1967.**
- Backstrom, Charles and Gerald Hursh. Survey Research. New York,  
Northwestern University Press, 1971.**
- Baily, Frederick, « The Peasant View of the Bad Life. » Journal of the  
British Association for the Advancement of Science, 23,  
1966.**
- Banfield, Edward C. The Moral Bases of a Backward Society. New  
York, Free Press, 1958**
- Beal, George and Everett Rogers. « Informational Sources in the Adoption  
Process of New Fabrics ». Journal of Home Economy, 49,  
1957.**
- Behrman, S J., L. Corsa Jr. and R. Freedman. Fertility and Family  
Planning : A World View. Ann Arbor, Mich. : The Univer-  
sity of Michigan Press. 1969.**

- Belshaw, Cyril S. **Traditional Exchange and Modern Markets** Englewood, Cliffs, N.J., Prentice Hall, 1965.
- Bendix, Reinhard. "Industrial, Ideologies and Social Structure". **American Sociological Review** XXIV, No. 5, 1959
- Berelson, Bernard "What Missing the Newspaper Means". In Wilbur Schramm. **The Process and Effects of Mass. Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1961.
- Berelson, Bernard, Paul Lazarsfeld and William Mc. Phee. **Voting**. Chicago : University of Chicago Press, 1954.
- Berelson, Bernard and Ronald Freedman "A Study in Birth Control. **Scientific American**, 210, 1964.
- Berkowitz, Leonard (ed) **Advances in Experimental Social Psychology**, Vol. I. New York, Academic Press 1964.
- Berio, David. **The Process of Communication**, New York, Holt. Reinhart and Winston, 1960.
- Black, Cyril. **The Dynamics of Modernization : A Study in Comparative History**. New York : Harper and Row 1966.
- Binder, Leonard. "Political Recruitment and Participation in Egypt" in Joseph La Palombara and Myron Weiner. **Political Parties and Political Development**. Princeton : Princeton University Press 1966.
- Bogue, Donald (ed). **Mass Communication and Motivation for Birth Control**. Chicago . Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.
- Boulding, Kennett. **The Image**. Ann Arbor, Michigan University of Michigan Press, 1956.
- Brehm, Jack. **Exploration in Cognitive Dissonance**. New York : John Wiley and Sons Inc., 1962.
- Brinton, Crane. **The Anatomy of Revolution**, New Jersey : Prentice Hall Inc. 1952.
- Brodbeck, May. "The Role of Small Groups in Mediating the Effects of Propaganda". **Journal of Abnormal and Social Psychology** Vol. 52, 1956.
- Bryson, L. (ed). **The Communication of Ideas**. New York : Harper and Brothers, 1948.

- Gaplow, Theodore and Kurt Finsterbusch. Development Rank : A New Method of Rating National Development.** Columbia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.
- Gartrairs, G. Morris. The Twice Born : A Study of a Community of High Caste Hindus,** Bloomington, Ind., University of Indiana Press, 1958.
- Gassirer, Henry. Television Teaching Today,** Paris, UNESCO, 1960.
- Childs, Harwood. Public Opinion.** Princeton, New York, Van Nostrand, 1965.
- Coleman, James et al. Equality of Educational Opportunity,** National Center for Educational Statistics, 1966.
- Coleman, James; Elihu Katz and Herbert Menzel. "The Diffusion of Innovation among Physicians". Sociometry, Vol. 2, No. 53, 1957.**
- Comte, Auguste, System of Positive Polity,** London : Longmans-Green and Co., 1877, Vol. IV.
- Cooley, Charles. Social Organization** New York : Charles Scribner's Sons, 1909.
- Cox, Donald. "Clues for Advertising Strategists" in Lewis Dexter and David White (ed)., People, Society and Mass Communication.** London : The Free Press of Glencoe, 1964.
- Cutright, Philips. "National Political Development : Measurement and Analysis". American Sociological Review, No. 28, 1963.**
- Dahrendorf, Ralf. Market and Plan : Essays in the Theory of Society.** California Stanford, Stanford University Press, 1969.
- Davis, James. "Toward a Theory of Revolution" American Sociological Review, 27, No. 1 (Feb. 1962).**
- Davis, Kingsley. The Population of India and Pakistan,** Princeton N.J., Princeton University Press, 1951.
- Day, L.H. and T. Day. Too Many Children.** Boston, Mass. Houghton Mifflin, Riverside Press, 1964.
- De Fleur, Melvin. Theories of Mass Communication,** New York, David Mckay Company, 1975.
- Deutsch, Karl W. "Social Mobilization and Political Development" American Political Science Review 55, 1961.**



- Deutschmann, Paul and others. **Communication and Social Change in Latin America.** New York, Frederick Praeger Publisher, 1968.
- Deutschmann, Paul and Orlando Fals Borda, **La Comunicacion de Las Ideas Entre Los Campesinos Colombianos.** Bogota, University of Colombia, Sociological Monograph, 14, 1962.
- Diaz-Bordenave, Juan. **New Approaches to Communication Training for Developing Countries.** Baton Rouge, Louisiana, 1972.
- Doob, Leonard. **Communication in Africa : A Search for Boundaries.** New Haven - Yale University Press, 1961.
- Dube, S.C. «A Note on Communication in Political Development» in Daniel Lerner and Wilbur Schramm, **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu. The University of Hawai, 1972.
- Dube, S.C. «Communication, Innovation and Planned Change in India» in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University of Hawai, 1972.
- Dubey, Dinesh and A.K. Devgan «Family Planning Communication Studies in India.» **Central Family Planning Institute. Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.**
- Duncan, Otis, «Farm Background and Differential Fertility» **Demography** Vol. 2, 1965.
- Dynes, Russel R. **Some Observation on Change.** UNESCO, ASFEC, Sirs el Layan, A.R.E. 1966.
- Eisenstadt, S.N., **Breakdown of Modernization in Economic Development and Cultural Change,** Vol. XII, No. 4 (July 1964).
- El Khatib, Fathalla and Gordon Hirabayashi «Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt». **Public Opinion Quarterly.** Vol. 22, No. 3, 1958.
- Elwy, Elwya. **The Responsibility of the Informal Educator.** UNESCO, ASFEC, Occasional Paper VIII, Sirs el Layan, 1968.
- El Zayat, Abdel Fattah. **Community Development Institution in Rural Areas in Egypt.** UNESCO, ASFEC, Occasional Papers XII Sirs el Layan, A.R.E. 1968.

- Emery, Edwin, Philip Ault and Warren Agee. **Introduction to Mass Communication**, New York, Dodd. Mead and Company, 1970.
- Erlich, Danuta, and Judson Mills. "Post Decision Exposures to Relevant Information" **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 5, 1957.
- Etzioni, Amitai. "Towards a Theory of Societal Guidance." **The American Journal of Sociology**, Vol. 73, No. 2 (Sept. 1967).
- Etzioni, Amitai, and Eva Etzioni. **Social Change**, New York, Basic Books Inc. (2nd ed.), 1973.
- Fals Borda, Orlando. **Peasant Society in the Colombian Andes : A Sociological Study of Sancho Gainesville, Fla**, University of Florida Press, 1955.
- Fawcett James. **Psychology and Population**, New York : The Population Council, 1970.
- Feather, Norman. "Cigarette Smoking and Lung Cancer : A Study of Cognitive Dissonance." **Australian Journal of Psychology**, Vol. 14, 1962.
- Festinger, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**, Evanston, Illinois, Row Peterson, 1957
- Festinger, Leon, **Conflict and Dissonance**. Stanford Calif, Stanford University Press, 1964.
- Firth, Raymond. **Element of Social Organization**. London, Watts, 1956.
- Flowerman, Samuel. "The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation" **International Journal of Opinion and Attitude Research**. 111, 1949.
- Foley, Donald L. **Neighbors or Urbanites ?** Rochester, N.Y. University of Rochester, Studies of Metropolitan Rochester 2, 1952.
- Ford, Joseph. "The Primary Group in Mass Communication" **Sociology and Social Research**, XXXVIII, 1954.
- Foster, George. **Traditional Cultures and the Impact of Technological Change**. New York. Harper and Row, 1962.
- Foster, George. **Tzintzuntzan, Mexican Peasant in a Changing World**. Boston, Little Brown, 1967.

- Freedman, Jonathan. • Preference for Dissonant Information • Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 2, 1965**
- Freedman, Jonathan, and David Sears • Voters Preferences among Types of Information • American Psychologist, Vol. 18, 1963.**
- Green, Lawrence. The Dacca Family Planning Experiment Berkeley University of California, School of Public Health, Pacific Health Education 3, 1972.**
- Gusfield, Joseph. • Tradition and Modernity : Misplaced Polarities in the Study of Social Change. • The American Journal of Sociology, Vol. 72, No. 4 (Jan. 1967).**
- Hagen, Everett. On the Theory of Social Change : How Economic Growth Begins. Homewood Ill Dorsey Press, 1962.**
- Harell, T.W. ; D. Brown and W. Schramm. • Memory in Radio News Listening • Journal of Applied Psychology, 33, 1949**
- Harik, Illiya. • Opinion Leaders and Mass Media in Egypt • A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis •, New York The American Political Science Review, Vol. 95, 1971**
- Harik, Illiya. Politics and Change in a Traditional Society. Lebanon 1711 — 1845. Princeton Princeton University Press, 1968.**
- Harik, Illiya Political Mobilization of Peasants. Bloomington, Ind , Indiana University Press, 1974**
- Hauser, Philip • The Chaotic Society : Product of the Social Morphological Revolution • American Sociological Review. Vol. 34, No. 1, Feb. 1969.**
- Havelock, Ronald • Planning for Innovation, Ann Arbor, Mich . The University of Michigan, ISR 1971.**
- Hawley, Amos H. and Visid Prachuabmoh • Family Growth and Family Planning in Rural District of Thailand. • in Bernard Berelson (ed.). Family Planning and Population Programs. Chicago : University of Chicago Press, 1966.**
- Holt, Robert and John Turner. The Methodology of Comparative Research. New York : The Free Press, 1970.**
- Hovland, Carl. • The Effects of the Mass Media of Communication •**

- in Gardner Lindzey (eds.) **Handbook of Social Psychology**. Boston : Addison Wesley, 1954.
- Hovland, Carl, Arthur Lumsdaine and Fred Sheffield. • **The Effect of Presenting One Sided Versus Both Sides in Changing Opinion on a Controversial Subject.** • in Wilbur Schramm. **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1961.
- Hovland, Carl. **Experiments on Mass Communication**. Princeton University Press, 1949.
- Hovland, Carl, Irving Janis and Harold Kelly. **Communication and Persuasion**, New Haven, Conn. Yale University Press, 1970.
- Hovland, Carl and Wallace Mandel. • **An Experimental Comparison of Conclusion - Drawing by the Communicator and by the Audience.** • **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 47, 1952.
- Hovland, Carl, and Walter Weiss. • **The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness.** • **Public Opinion Quarterly**, Vol. 15, 1951.
- Hyman, Herbert and Paul Sheatsley. • **Some Reasons Why Information Campaigns Fail.** • **Public Opinion Quarterly**, Vol. 11, 1947.
- Inayatullah, Attiya. • **Toward a Non - Western Model of Development** • in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries**. Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.
- Innis, Harold. **The Bias of Communication**. Toronto : University of Toronto Press, 1951.
- Janis, Irving. • **Effects of Fear Arousal on Attitude Change : Recent Development in Theory and Experimental Research.** • in Thomas Beisecker and Donn Parson. **The Process of Social Influence**. New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972.
- Jecker, Jon. • **Selective Exposure to New Information** • in Leon Festinger. **Conflict Decision and Dissonance**. Stanford, Calif., Stanford, Calif., Stanford University Press, 1964.
- Jourad, Sidney. **The Transparent Self**. New York : Van Nostrand, 1971.

- Kaplan, Abraham. The Conduct of Inquiry : Methodology of Behavioral Sciences. San Francisco, California, Chandler Publishing Co., 1964.**
- Kaplan, Morton. System and Process in International Politics. New York, John Wiley and Sons, 1957.**
- Kallen, Horace. • Innovation • in Edwin Seligman and Alvin Johnson (ed ). The Encyclopedia of Social Sciences. New York : Macmillan, Vol. 4, 1937.**
- Kar, Snehendu; Diane Demangone and Barbara Kar. Communication Research in Family Planning. Paris, UNESCO, No. 2, 1975.**
- Kar, Snehendu. • Individual Aspiration as Related to Early and Late Acceptance of Contraceptives. • The Journal of Social Psychology, Vol. 83, 1971.**
- Katz, Elihu. • The Social Itinerary of Technical Change • Two Studies on Diffusion of Innovation. • Human Organization Vol. 20, No. 2 1961.**
- Katz, Elihu. • The Two-Step Flow of Communication : An Up-to-date Report on an Hypothesis. • Public Opinion Quarterly, 21, 1954.**
- Katz, Elihu and Paul Lazarsfeld Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. Glencoe, Ill. The Free Press, 1955.**
- Kelman, Herbert and Carl Hovland • Reinstatement of the Communication in Delayed Measurement of Opinion Change. • Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 48, 1953.**
- Kerlinger, Fred. Foundation of Behavioral Research. Holt : Rinehart and Winston, 1964.**
- Kiser, Charles V. and P.K. Whelpton • Resume of Indianapolis Study of Social Psychology Factors Affecting Fertility • Population Studies, Vol. 7, No. 2, 1953**
- Klapper, Joseph. • Mass Media and Persuasion • in Wilbur Schramm (ed.) The Process and Effects of Mass Communication University of Illinois Press, 1961.**
- Klapper, Joseph. The Effects of Mass Communication. New York. The Free Press. 1960.**

- Klapper, Joseph.** • **The Social Effects of Mass Communication** • in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication.** New York, Basic Books, 1963.
- Koehler, J. Wolfgang.** • **The Effects on Audience Opinion of One-Sided and Two Sided Speeches Supporting and Opposing a Proposition.** • in Thoms Beisecher and Donn Parson **The Process of Social Influence.** New Jersey, Prentice Hall Inc., 1972.
- Kroeber, Alfred Lewis.** • **Diffusionism** • in Amitel Etzioni, and Eva Etzioni, **Social Change.** New York, Basic Book Inc. (2nd ed.) 1973.
- Kroeber, Alfred Lewis.** **Anthropology.** New York : Harcourt, 1948.
- Lasswell, Harold.** • **The Structure and Function of Communication in Society** • in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.) **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana, University of Illinois Press, 1971.
- Lazarsfeld, Paul; Bernard Berelson and Hazel Gaudet.** **The Peoples Choice.** New York : Columbia University Press, 1948.
- Lazarsfeld, Paul and Patricia Kendal.** • **The Communication Behavior of the Average American.** • in Wilbur Schramm. **Mass Communication,** Urbana : University of Illinois Press, 1960.
- Lerner, Daniel.** • **International Cooperation and Communication in National Development** • in Daniel Lerner and Wilbur Schramm (ed.) **Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu, East-West Center Press, 1972.}.
- Lerner, Daniel.** **The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East.** New York : Free Press, 1958.
- Lerner, Daniel.** • **Toward a Communication Theory of Modernization** • in Lucien Pye. **Communication and Political Development.** Princeton : N.J. Princeton University Press, 1963.
- Lerner, Daniel and Wilbur Schramm** **Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu. The University Press of Hawaii, 1972.
- Lewin, Kurt.** • **Forces Behind Food Habits and Methods of Change.** • **Bulletin of the National Research Council,** No. 108, 1943.
- Lewin, Kurt,** • **Group Decision and Social Change** • in Theodore New-

- comb and Eugene Hartley (ed.) **Readings in Social Psychology**. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc. 1947.
- Lewin, Kurt. • **Group Dynamic and Social Change** • in Eleanor E. Maccoby **Readings in Social Psychology**, New York. Holt Rinehart and Winston Inc. 1957.
- Lewin, Kurt. • **Channels of Group Life** • **Human Relations**, Vol. 1, 1947.
- Lewis, Oscar • **The Culture of Poverty** • in John Te Paske and Sydney Nettleton Fisher (eds ) **Explosive Forces in Latin America**. Columbus, Ohio. The Ohio State University, 1964.
- Lindblom, Charles. **The Intelligence of Democracy : Decision Making Through Mutual Adjustment**. New York : The Free Press, 1965.
- Linton, Ralph. **The Study of Man**, New York, Appleton Century Crafts, 1936.
- Lipset, Seymour Martin. **Political Man : The Social Bases of Politics**. New York, Doubleday, 1960.
- Lipset, Seymour Martin ; Paul Lazarsfeld and Juan Linz • **The Psychology of Voting. An Analysis of Political Behavior** • in Gardner Lindzey (ed.) **Handbook of Social Psychology**, Vol. 2, Cambridge, Mass. Addison Wesley, 1954.
- Lucas, Darrell and S.H. Britt. **Advertising Psychology and Research**. New York, Mc Graw Hill, 1950.
- Maccoby, Nathan. • **The New Scientific Rhetoric** • in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication** New York, Basic Books, 1963.
- Maccoby, Eleanor • **Why Do Children Watch T V. ?** **Public Opinion Quarterly**, XVIII, 1954.
- Mac Iver, R.M. **Social Causation** New York : Ginn and Company, 1942.
- Maclean, M. and B. Westley • **A Conceptual Model for Communication Research** • **Journalism Quarterly**, 34, 1957.
- Meleika, Louis Kamel. **Leadership and Authority in the Arab Local Community**. UNESCO, ASFEC Occasional Paper IV, Sirs el Layan, A.R.E., 1966.
- Meleika, Louis Kamel and Salah Namek **Peasants and Workers At-**

**titudes to Family Planning. UNESCO, ASFEC Sirs el Layen. A.R.E. 1968.**

**Mason, Robert G. • The Use of Information Sources in the Process of Adoption. • Rural Sociology, 20, 1964.**

**Marx, Karl and Frederick Engels. Manifesto of the Communist Party. New York : International Publishers, 1932.**

**Marx, Karl and Frederick Engels, Selected Works. Vol. 1. New York : International Publisher, 1933.**

**Mc Clelland, David. • Business Drive and National Achievement • Harvard Business Review, XL, 1962.**

**Mc Clelland, David. • National Character and Economic Growth in Turkey and Iran. • in Lucien Pye (ed) Communication and Political Development. Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.**

**Mc Clelland, David. • The Achieving Motive in Economic Growth • Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds.) Industrialization and Society. Paris, UNESCO, 1963.**

**Mc Clelland, David. The Achieving Society. Princeton, N.J. Van Nostrand, 1961.**

**Mc Guire, William. • Inducing Resistance to Persuasion: Some Contemporary Approaches. • in Leonard Berkowitz (eds.) Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 1, New York, Academic Press, 1964.**

**Mc Luhan, Marshall. Understanding Media : The Extension of Man New York. Mc Graw Hill, 1966.**

**Mc Nelly, John, • Mass Communication and the Climate for Modernization in Latin America. • Journal of International American Studies, No. 8, 1966.**

**Mendelson, Harold. • Listening to Radio • in Lewis Dexter and David White, People, Society and Mass Communication, The Free Press of Glencoe, N.Y. 1964.**

**Menefee, Sheldon and Audrey Menefee. • An Experiment in Communication in Four Indian Villages •. Indian Journal of Social Research 6, 1963.**



- Merton, Robert. *Social Theory and Social Structure* New York The Free Press, 1957.**
- Millikan, Max and D.L.M. Blackmer *The Emerging Nations* Boston, Van Nostrand, 1961.**
- Mills, Judson and Arnold Ross. • Effects of Commitment and Certainty upon Interest in Supporting Information. • *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 68, 1964.**
- Mills, Judson; Elliot Aronson and Hal Robinson. • Selective Exposure to Information. • *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 59, 1959.**
- Moore, Wibert • Labour Attitudes towards Industrialization in Under-developed Countries. • *The American Economic Review*, XIV, No. 12, 1955.**
- Myrdal, Gunnar. *An American Dilemma*, New York, Harper and Brothers, 1944.**
- Neurath, Paul M. • Radio Farm Forum as a Tool of Change in an Indian Village. • *Economic Development and Cultural Change*. 10, 1963.**
- Ogburn, William. *Social Change*. New York, Viking Press, 1922**
- Oppenheim, A.N. *Questionnaire Design and Attitude Measurement*. New York. Basic Books Inc. 1966.**
- Oshima, Harry. • The Strategy of Selective Growth and the Role of Communication • in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. *Communication and Change in Developing Countries*. Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.**
- Owen, Wyn. • Agrarian Reform and Economic Development : Special Reference to Egypt. • *Rocky Mountain Social Science Journal*, 1964.**
- Palmore, James. • Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specific Contraceptives • *Demography*, Vol. 5, 2, 1968.**
- Palmore, James. • The Chicago Snowball : A Study of the flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information • in**

- Donald Bogue (ed.) **Sociological Contribution to Family Planning Research.** Chicago Illinois : Community and Family Planning Study Center, University of Chicago, 1967.
- Pareto, Vilfredo. **The Mind and Society : A Treatise on General Sociology.** New York, Dover Publication Inc. 1935.
- Park, Hyung Jong • Use and Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programme. • In ACAFE (eds.) **Reports of the Working Group on Communication Aspects of Family Planning Programmes, Selected Papers.** Bangkok : ACAFE Asian Population Studies Series 3, 1968.
- Park, Robert E. • Human Materials and the Marginal Man. • **American Journal of Sociology**, No. 33, 1928.
- Parsons, Talcott. • Some Considerations on the Theory of Social Change. • **Rural Sociology**, XXVI, No. 3, 1963
- Pool, Ethiel De Sola • Mass Media and Politics in the Modernizing Process. • Lucien Pye (eds.) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963
- Powdermaker, Hortense. **Copper Town : Changing Africa.** New York, Harper and Row, 1962.
- Pye, Lucien (ed ) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Pye, Lucien • Communication, Institution Building and the Reach of Authority • in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.
- Rahim, S.A. **Diffusion and Adoption of Agriculture Practice : A Study of Patterns of Communication Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practice in a Village in East Pakistan.** Comilla, Pakistan. Academy of Village Development, 1961.
- Raina, B.L. et al. • India : A Study in Family Planning Communication : Meerut District •. **Studies in Family Planning.** No. 1 (21), 1967
- Rainwater, Lee. **And the Poor Get Children,** Chicago : Quadrangle Books, 1960.

- Rainwater, Lee, The Role of Information in Economic and Social Change : Report of Field Study in Two Indian Villages. Minneapolis : University of Minnesota Press, 1966.**
- Rao, Lakshamana, The Role of Information in Economic and Social Change, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966.**
- Redfield, Robert, Relb Pensant Society and Culture- Chicago : University of Chicago Press, 1956.**
- Reisman, David. Faces in the Crowd ; Individual Studies in Character and Politics. New Haven Conn : Yale University Press, 1952.**
- Reisman, David. « Introduction » in Daniel Lerner. The Passing of Traditional Society. New York : The Free Press 1958.**
- Reisman, David et al. The Lonely Crowd. New York : Doubleday and Company, 1953.**
- Rifaat, Habib. Three Village Projects, A.R.E. Sirs el Layan, Cairo, ASFEC Occasional Papers III, 1965.**
- Riley, Matilda White and John Riley. « A Sociological Approach to Communication Research » Public Opinion Quarterly. XIV, 1951.**
- Roberts, Beryl ; et a. « An Experimental Study of Two Approaches to Communication. » American Journal of Public Health, Vol. 53, No. 9, September 1963.**
- Rogers, Everett. Communication Strategies for Family Planning. New York, The Free Press, 1973.**
- Rogers, Everett. Diffusion of Innovation, New York : The Free Press of Glencoe, 1962.**
- Rogers, Everett, and Lynne Svenning. Modernization Among Peasants. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc., 1969.**
- Rogers, Everett and George Beal, « The Importance of Personal Influence in the Adoption of Technical Change » Social Forces : 36, 1958.**
- Rogers, Everett and Floyd shoemaker, Communication of Innovation – A Cross Cultural Approach. New York Free Press, 1971.**
- Rogers, Everett and R.L. Pitzer. « The Adoption of Irrigation by Ohio**

- Farmers, • Wooster : **Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin 851, 1960.**
- Rokeach, Milton. **Beliefs, Attitudes and Values** : San Francisco : Jossey Bass, 1968
- Rosen, Sidney • **Post Decision Affinity for Incompatible Information • Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 63, 1961.**
- Rostow, Walt. • **The Take-off into Self Sustained Growth • The Economic Journal LXII, No. 261, 1956.**
- Roy, Prodipto; Frederick Wiasanen and Everette Rogers. **The Impact of Communication on Rural Development.** Hyderabad, India : National Institute of Community Development, UNES-  
CO, 1969
- Ryan, Bryce and Neal Gross : • **The diffusion of Hybrid Seeds in Two Iowa Communities • Rural Sociology. Vol. 8 (March 1943).**
- Ryder, N.B. and C F Westoff. **Reproduction in the United States, 1965.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1971.
- Shahin, Teoder • **The Peasantry as a Political Factor • Sociological Review, 14, 1966.**
- Schneider, Louis and Svenne Lysgaard. • **The Deverred Gratification Pattern : A Preliminary Study • American Sociological Review, No. 18, 1953.**
- Schramm, Wilbur. **Annotated Bibliography of the Research on Programmed Instruction.** Washington, D.C. U.S. Office of Education, 1964.
- Schramm, Wilbur • **Communication Development and the Development Process • in Lucien Pye. Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Schramm, Wilbur, • **Communication and Change • in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.
- Schramm, Wilbur. **Mass Communication.** Urbana, University of Illinois Press, 1959.
- Schramm, Wilbur • **Mass Communication • in George Miller (ed.) Psy-**

- chology and Communication.** Princeton New Jersey, Voice of America Forum Series, 1974.
- Schramm, Wilbur.** *Mass Media and National Development.* California, Stanford University Press, 1964.
- Schramm, Wilbur.** *Men, Messages and Media.* New York : Harper and Row Publishers, 1973.
- Schramm, Wilbur,** *• The Newer Educational Media in the United States in New Methods and Techniques in Education. •* Paris, UNESCO, 1962.
- Schramm, Wilbur** *• What we know about Learning from Instructional Television • in Educational Television: The Next Ten Years.* Stanford, Calif., Institute for Communication Research, 1962.
- Schramm, Wilbur and Donald Roberts.** *The Process and Effects of Mass Communication.* Urbana. University of Illinois Press, 1971.
- Sears, David.** *• Biased Indoctrination and Selectivity of Exposure to New Information • Sociometry.* Vol. 28, 1965.
- Sears, David, and Jonathan Freedman.** *• Selective Exposure to Information : A Critical Review •.* in Beisecker, Thomas and Donn Parson. *The Process of Social Influence,* New Jersey : Prentice Hall Inc., 1972.
- Sears, David,** *• The Effects of Expected Familiarity with Arguments upon Changes and Selective Exposure. • Journal of Personality and Social Psychology,* Vol. 2, 1965.
- Shanon, Claude and Warren Weaver.** *The Mathematical Theory of Communication,* Urbana University of Illinois Press, 1949.
- Simon, Julian.** *Basic Research Methods in Social Science : The Art of Empirical Investigation.* New York : Random House, 1969.
- Simons, John.** *• The Contest and Evolution of Tunisian Agriculture Cooperatives •.* *The Middle East Journal,* 24, 1970.
- Slonin, Morris James.** *Sampling.* New York : Simon and Schuster, 1960
- Smelser, Neil** *• Mechanism of Change and Adjustment of Changes • in* Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds.) *The Impact of Industry.* Paris. International Social Science Community, 1975.

- Spencer, Herbert.** *Sociology*, New York : Appleton and Co. Vol. 1, 1892.
- Spengler, Oswald** *The Decline of the West*, New York : Alfred A. Knopf Inc. 1926.
- Stewart, Julian** • *Culture Evolution* • *Scientific American* CXCIV No 5, 1965.
- Stycos, Mayone and Kurt Black,** *The Control of Human Fertility in Jamaica, Itasca, New York : Cornell University Press, 1964.*
- Supreme Council for Population and Family Planning, Family Planning in the National Organizations, Cairo, 1973.**
- Tarroni, Evelina** • *A Programme on the Struggle against Illiteracy* • *Television and Adult Education*, 6, 1962.
- Thistlethwaite, Donald, Henry De Haan, and Joseph Kamenetsky** • *The Effects of Directive and Non directive Communication Procedures and Attitudes* • *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 51, 1955.
- Thomas, W.I. and Florian Znaniecki.** *The Polish Peasant in Europe and America.* Chicago : University of Chicago Press, 1918.
- Tietze, Christopher (ed.)** *Bibliography of Fertility Control : 1950 — 1965.* New York : National Committee Maternal Health, 1965.
- UNESCO.** *Bridging the Gap. Reports and Papers on Mass Communication.* Delhi, 1968.
- United Nations Statistical Yearbook, 1970** New York : United Nations 22nd Issue, 1971.
- Walker, Helen and Joseph Lew,** *Statistical Inference*, New York : Holt, Rinehart and Winston, 1953.
- Walster, Elaine and Leon Festinger.** • *The effectiveness of Overheard Persuasive Communications* • *Journal of Abnormal and Social Psychology.* Vol. 65, 1962.
- Waples, Douglas; Bernard Berelson and Franklin Bradshaw.** *What Reading Does to People.* Chicago : University of Chicago Press, 1940.
- Weber, Max.** • *The Theory of Social and Economic Organization.* Translated by Talcott Parsons, New York : Oxford University Press, 1947.

- Weiss, Walter. « The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change. » *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 52, 1965.
- Westoff, Charles; Potter Robert and Sagi Philip. *Family Growth in Metropolitan America*. Princeton, N.J. : Princeton University Press, 1961.
- White, David « The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News » in Lewis Dexter and David White (eds.) *People. Society and Mass Communication*, London : The Free Press of Glencoe, 1964.
- Wilkening, Eugene « Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture » *Social Forces* 34, 1956.
- Wolf, Eric « Types of Latin American Peasantry : A Preliminary Discussion » *American Anthropologist* 57, 1955.
- Wright, Charles. *Mass Communication : A Sociological Perspective*, New York : Random House, 1959.
- Zein, Zeni. *Arab Turkish Relations and Emergence of Arab Nationalism*. Beirut : Khayat's 1958.

## ج - البحوث غير المنشورة :

- Balakrishnan, T.R and Ravi J. Mathai « Evaluation of Family Planning Publicity Program in India »: Indian Institute of Management (mimeo report) 1966.
- Beltran, Luis Ramiro, « La Problematica de la Comunicacion para el Desarrollo Rural en America Latina » paper presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Airse, 1972.
- Cassirer, Henry « Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries » paper presented for World Radio Handbook, 1963.
- Douglas, Waples and Bernard, Berelson « Public Communication and Public Opinion » in Robert Leigh, *The Conceptual Framework of Public Communication*, (mimeo report) New York 1954.

- Inkeles, Alex.** • **Becoming Modern** • paper presented at Michigan State University, 1967.
- Keddie Nikki.** • **The Impact of the West on Iranian Social History** • Ph. D. Dissertation, University of California at Berkeley, 1955.
- Publisi, Maria Grazia,** • **The contribution of Italian Television to the Campaign to Eradicate Illiteracy through T.V. Broadcast, It's Never too Late** • paper presented to UNESCO Experts Meeting on. **New Methods and Techniques in Education,** Paris 1962.
- Wilder, Frank** • **Getting More out of the Mass Media : A Modern Guide for Modern Family Planning Programs.** • Paper presented at the Conference on Family Planning and National Development at, Bandung, Indonesia, 1969.
- Wright, Peter** • **The Impact of a Literacy Program in a Guatemala Landino Peasant Community** • University of South Florida, College of Education (mimeo report) 1967.



د - مراجع إضافية (طبعة ثالثة) :

★ مراجع عربية إضافية :

• محمد عريدة ، العيادة في قرية مصرية ، دراسة ميدانية في إحدى قرى محافظة المنوفية ، رسالة للماجستير ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ١٩٦٦ .

• عماد مختار الشافعي ، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأي المحليين في الريف ، رسالة ماجستير كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .

• سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، الاسس والمبادئ ، القاهرة دار الشعب ١٩٧٦ .

• هيئة الأمم المتحدة - برنامج عمل المؤتمر الدولي للسكان والتنمية ، ١٣ - سبتمبر ١٩٩٤ ، القاهرة ١٩٩٤ .

**\* مراجع لاجتبية إضافية :**

**Atkins , C " Instrumental Utilities and Information Seeking "in  
Peter clark (ed) New Models of Communica-  
tion, Beverly Hills : 1973.**

**Bauer , K.A., " The Obstinate Audience" . in Schramm and Rob-  
erts. 1971 op. cit.**

**Benaissa , M " The Media and Food Production", Inter Media,  
March 1975 .**

**Blumber, L. G and E. Kary . The Uses of Mass Communica-  
tion, Beverly Hills Sage, 1974.**

**Combs, M. E. and D. H . Shaw , " The Agenda Setting Function  
of The Press" in D. H. Shaw and M. E. Comb's (ed.)  
The Emergence of the American political Is-  
sues, St. Paul, Minn ., 1977.**

**Davison, Philip , James Boylan and Frederick Y,u, Mass Me-  
dia Systems and Effects, New York : Praeger  
Publishers, Inc. 1976.**

**Davis, Sanders, and others, "Opinion Leadership and Family  
Planning " University of Florida , Department of Soci-  
ology, paper prepared for the Annual Meeting of the  
Population Association of America , New Orleans,  
1973 .**

**Folsom , M. B. " Today's Health Needs and Tomorrow's Services" American Journal of Public Health , No 53, 1963 .**

**Gerbner , G. and L. Gross, " The Scary World of T.V. Heavy Viewing " , Psychology Today 11, 1976.**

**Gillespie , Robert and Mehdi Loghmani The Esphahan Communication Projects , Iran : Asphahan Health Department . 1972 .**

**Hochbaum , Gadfrey , Public Participation in Media Screening Programs : A Sociological Study Washington D.C. : Public Health Service , 1958 .**

**Hill, Rueben and Others , Needed Social Science Research in Family Planning, New Delhi , Ford Foundation, Himeo Report.**

**Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin, A Commercial System for introducing Family Planning in Comilla . Pakistan in Wilbur Schramm and Lerner, 1978 . op. cit.**

**Lui , William T., and Robert Duff " The Structural Effect and Communication Flow in the Pre - industrial City " Unpublished paper , Indiana : University of Notre - Dame, 1971.**

**Parker Mauldin and Robert Lapham , " National Family Planning Programs : Review and Evaluation " Studies in Family Planning., 1971.**

**Parker, Edwin and Ali Mohammadi , " National Development Support Communication " in Majid Teheranian et al, (ed) 1977.**

**Pachard , Vance , The Hidden Persuaders , New York : Pochet books , 1964 .**

**Platt , John and Tames Miller , Handling Information Overload Ekistics , No. 28 , 1969.**

**Pool, Ithiel De Sola " Communicatyion Needs For Rural Development " Unpublished proposal For the M.L.T. / Cairo University Research Project , 1978.**

**Pool , Ithiel De Sola "The governance of Mass Communication " in Majid Teherenian et al, (ed) Communication Policy For National Development , Routledge and Kegan Paul , 1977,**

**Price , Derek De Sola , Little Science , Big Science , New York : Columbia University Press, 1963.**

**Maslow, Abraham, Motivation and Personality , New York: Harper and Row, 1954.**

- M.I.T. / Cairo University , " Technological Planning Programme .  
Annotated Bibliograph " Communication Needs For  
Rural Development Research Project , Report No 5.**
- Neelamenghan , A, and J. Tacotihan, Egypt's National Infor-  
mation Policy , paris : Unesco 1987.**
- Nas Cimento, " Using Communication to Support Development .  
The Guyan Experience " in I.L.C. Issues in Communi-  
cation , No 1, London : I . L C. 1977 .**
- Noelle - Neumann , Elizabeth , " Return of the Concept of Power-  
ful Mass Media Studies of Broadcasting , 1973.**
- Noelle - Neumann , Elizabeth, The Spiral of Silence . Chica-  
go : University of Chicago Press , 1983.**
- Oskamp, S. Attitudes and Opinions Englewood Cliffs ,  
N.J., Prentice - Hall , 1977.**
- Rachty, Gehan , " the Role of Modern Communication Technolo-  
gy in rural Development" Unpubised Research for the  
MPT / CAIRO Univ. research project 1978.**
- Radel David , " Communication Research and Communicating  
Research " paper presented at the Conference on  
Major Issues in World Communication, Hono-  
lulu , East - West center 1972**

**Talaat , Shahinaz , the Flow of Communication in an Egyptian Village . M. A. Thesis, American Univ. in Cairo.**

**UNESCO , " Communication Problems in Modern Society " Paris : Internal Commission for the Study of Communication Problems , Sep . 1978 .**

**Westley, B. H. " Review of the American Political Issues " , Journalism Quaterly 55, 1978 .**

**World Bank, World Development Report 1994 , Oxford University Press, N. Y. : 1994.**

## فهرس الموضوعات المحتويات

الموضوع	الصفحة
آلة قرآنية	٥
إهداء	٧
مقدمة الطبعة الثالثة	٩
مقدمة الطبعة الثانية	٢١
مقدمة الطبعة الأولى	٢١

## الباب الأول الدراسات النظرية

٤٣	
٤٥	تمهيد :
٤٧	الفصل الأول : طبيعة الاتصال الإنساني
٤٨	• تعريف الاتصال
٥٠	• عملية الاتصال
٥١	• العناصر الرئيسية في عملية الاتصال
٥٢	• المصدر
٥٦	• الرسالة
٥٩	• الوسيلة
٧٠	• خصائص المستقبل
٧١	• التأثيرات

الموضوع	الصفحة
• رجع الصدى	٧٦
• مشاكل الاتصال	٧٨
• التشويش	٧٨
• اختلاف الطبقة الاجتماعية	٨٠
<b>الفصل الثاني: قيادة الرأي في الريف المصري</b>	٨٢
• تطور مفهوم قادة الرأي	٨٣
• أبحاث عن الريف المصري	٩٠
<b>الفصل الثالث: التأثير في نظريات الاتصال</b>	٩٧
• نموذج الاعلام القوي	٩٨
• نموذج التأثيرات المحدودة	١٠٠
• نظرية الخلف الاذراكي	١٠٢
• نموذج التأثيرات المعتدلة	١٠٣
• نموذج التأثير القوي	١٠٨
<b>الفصل الرابع: التغير الاجتماعي</b>	١١٢
• مصادر التغير وأنماطها	١١٣
• النظريات الكلاسيكية	١١٣
• النظريات الحديثة	١١٥
• المجتمع المصري	١١٧
• عمليات التغير	١٢١
• المبادرة البشرية في التغير الاجتماعي	١٢٤
• أنواع التغير الاجتماعي	١٢٦



١٢٧	• الاتصال والتغيير الاجتماعي
١٢٨	• التغيير في النظامين الاجتماعي والفردى
١٢٩	• التنمية : تغيير النظام الاجتماعي
١٣١	• العصرية : التغيير الاجتماعي الفردى
١٣٥	<b>الفصل الخامس : دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية</b>
١٣٦	• وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية
	• بعض الاهداف والمهام التى تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية
١٤٠	• فى المجتمع
١٥٢	<b>الفصل السادس : التنمية الريفية</b>
١٥٢	• علاقة المدن بالريف
١٦١	• متغيرات التنمية
١٧٣	• معوقات التنمية
١٧٧	<b>الفصل السابع : البحوث وميكانيكية ابحاثها</b>
١٧٧	• المعلومات للقرار
١٧٩	• عرض لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر
١٨٦	• أهمية البحوث فى رسم السياسة الاعلامية
١٨٩	• نظام للبحوث والاستفادة من نتائجها
٢٠٦	• اساسيات فى تطبيق نظام للبحوث

## الباب الثاني

## الدراسة الميدانية

٢١٣	تهيهة
٢١٥	الفصل الثامن: معلومات عن قها والمنهج
٢١٧	• التعرف على قها
٢١٨	• الخدمات والأنشطة
٢٢٠	• النشاط الاقتصادي
٢٢٤	• وسائل الاتصال (في قها)
٢٢٧	• منهج الدراسة الميدانية
٢٣٣	• مسح العينة
٢٣٤	• الإجراءات الميدانية
٢٣٧	• صحيفة الاستبيان
٢٣٩	• خصائص أفراد العينة
٢٤٤	الفصل التاسع: التعرف على وسائل الاعلام
٢٤٩	• آراء حول دور وسائل الاعلام
٢٤٩	• وسائل الاتصال الالكترونية
٢٥١	• بيانات الدراسة الميدانية
٢٥٢	الفصل العاشر: وسائل الاعلام كرادار اجتماعي
٢٩٩	• وسائل الاعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية
٣٠١	• وسائل الاعلام وتركيز الانتباه
٣٠٦	• وسائل الاعلام وزيادة الطموح
٣١٣	الفصل الحادي عشر: دور وسائل الاعلام في عملية إنخلا القرار
٣٢١	• الأفكار المستحدثة
٣٢١	• خصائص الأفكار المستحدثة

الموضوع	الصفحة
• قنوات الاتصال	٢٢٤
• وظائف الاتصال لنشر الافكار المستحدثة.	٢٢٦
• عملية إتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة	٢٢٩
• دور الاتصال في مشكلة التضخم السكاني	٢٣٠
• المشكلة السكانية في مصر	٢٣٤
• تطور استخدام اصطلاح تنظيم الأسرة	٢٣٩
• نتائج بعض الابحاث عن دور الاتصال في حلول المشكلة	٢٤١
• الاتصال المحظور	٢٤٥
• نموذج هوثشوم	٢٥٥
• دور وسائل الاعلام في حملة تنظيم الأسرة	٢٥٩
• مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة	٢٧٥
<b>الفصل الثاني عشر: وسائل الاعلام في ممارستها لدور المعام</b>	٢٨٢
• دور وسائل الاعلام في محو الأمية	٢٨٨
• مصادر المعرفة في برنامج محو الأمية	٢٩٥
• مصادر التأثير لتتبع البرامج الاعلامية لمحو الأمية	٤٠١
<b>المخاضات والتوصيات</b>	٤٠٧
<b>الملاحق</b>	٤٢١
<b>المراجع</b>	٤٢٧
<b>فهرس الموضوعات</b>	٤٥٥
<b>فهرس الجداول التحليلية</b>	٤٦١
<b>فهرس الأشكال التوضيحية</b>	٤٦٥



## فهرس الجداول التحليلية المحتويات

الموضوع	الصفحة
(١) خصائص أفراد العينة - الجنس	٢٤٥
(٢) " " " - السن	٢٤٥
(٣) " " " - المهنة	٢٤٦
(٤) " " " - الحالة التعليمية	٢٤٧
(٥) " " " - الدخل الشهري	٢٤٨
(٦) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالملكية	٢٥٣
(٧) مدى التعرض للتلفزيون مقارنة بالملكية	٢٥٥
(٨) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالمهنة	٢٥٦
(٨ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالمهنة	٢٥٧
(٩) مدى الاستماع إلى الراديو ومستوى الدخل	٢٥٩
(٩ب) مدى التعرض إلى التلفزيون ومستوى الدخل	٢٦٠
(١٠) مدى الاستماع إلى الراديو والقراءة والكتابة	٢٦١
(١٠ب) مدى التعرض للتلفزيون مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة	٢٦٢
(١١) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالسن	٢٦٣
(١١ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالسن	٢٦٥
(١٢) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالجنس	٢٦٦
(١٢ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالجنس	٢٦٧
(١٣) مدى التعرض للصحف مقارنة بطريقة التعرض	٢٦٩
(١٤) مدى التعرض للصحف مقارنة بالملكية	٢٧١

- (١٥) مدى التعرض للصحف مقارنة بالمهنة ..... ٢٧٢
- (١٦) مدى التعرض للصحف مقارنة بالدخل ..... ٢٣٧
- (١٧) مدى التعرض للصحف مقارنة بالقراءة والكتابة ..... ٢٧٤
- (١٨) مدى التعرض للصحف مقارنة بالسن ..... ٢٧٥
- (١٩) مدى التعرض للصحف مقارنة بالجنس ..... ٢٧٦
- (٢٠) أفضليات الأبواب والبرامج الإعلامية ..... ٢٨١
- (٢١) أسباب أفضليات الأبواب والبرامج الإعلامية ..... ٢٨٢
- (٢٢) التعلم من وسائل الإعلام ..... ٢٨٣
- (٢٣) وسائل الإعلام وإرضاء رغبات الجمهور ..... ٢٨٤
- (٢٤) تأثير وسائل الإعلام على جمهورها ..... ٢٨٦
- (٢٥) المناقشات الشخصية لبرامج وسائل الإعلام ..... ٢٨٨
- (٢٦) الملكية مقارنة بالاستماع الجماعي الراديو ..... ٢٩٠
- (٢٦ب) الملكية مقارنة بالتعرض الجماعي للتلفزيون ..... ٢٩١
- (٢٧) الاستماع الجماعي إلى الراديو مقارنة بـ أماكن الاستماع ..... ٢٩٢
- (٢٧ب) التعرض الجماعي إلى التلفزيون مقارنة بـ أماكن التعرض ..... ٢٩٣
- (٢٨) أماكن قراءة الصحف مقارنة بطريقة القراءة ..... ٢٩٥
- (٢٩) أماكن القراءة للصحف مقارنة بملكية الصحف ..... ٢٩٦
- (٣٠) معرفة القضايا المحلية ..... ٣٠٥
- (٣١) معرفة القضايا القومية ..... ٣٠٦
- (٣٢) مصادر المعرفة بشأن إعادة فتح قناة السويس ..... ٣٠٨
- (٣٢) مصادر المعرفة بشأن شهادات الاستثمار ..... ٣٠٩
- (٣٤) الهدف من إعادة فتح قناة السويس ..... ٣١٢


الموضوع	الصفحة
(٢٥) الهدف من شهادات الاستثمار	٣١٣
(٢٦) الطموح الشخصي والقومي بشأن تكثر الفرد العادي بفوائد إعادة فتح القناة .	٣١٤
(٢٧) ألوان الطموح الشخصي	٣١٥
(٢٨) ألوان الطموح لدى الآباء تجاه أولادهم	٣١٦
(٢٩) عدد الأبناء الملتحقين بالمدارس	٣١٧
(٤٠) عدد الأبناء الحاصلين على شهادات علمية	٣١٨
(٤١) عدد الأولاد مقارنة بالمهنة	٣٥٨
(٤٢) عدد الأولاد مقارنة بالتعليم	٣٥٩
(٤٣) مصادر المعرفة بتنظيم الأسرة	٣٦١
(٤٤) أماكن المناقشات حول تنظيم الأسرة	٣٦٣
(٤٥) الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنة بالمهنة	٣٦٤
(٤٦) الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة	٣٦٧
(٤٧) القرارات بتبنى تنظيم الأسرة	٣٧١
(٤٨) مدة تبني تنظيم الأسرة	٣٧٣
(٤٩) مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة	٣٧٩
(٥٠) مصادر الإدراك لبرامج محو الأمية	٣٩٦
(٥١) تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية	٣٩٩
(٥٢) تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية مقارنة بالمهنة	٤٠٠
(٥٣) مصادر التأثير في تتبع برامج محو الأمية	٤٠٢
(٥٤) مدة تعلم القراءة والكتابة	٤٠٤





## فهرس الاشكال التوضيحية المحتويات

رقم الشكل	الصفحة
١ (أ) التحول إلى الحرية وزيادة التنمية	١٠
١ (ب) البحث عن التنمية الريفية عملية مستمرة	١٨
٢- عملية البحث لزيادة معدلات التنمية الريفية ومسانعها	
السياسيات والمستفيدين .	١٩
٣- العناصر الرئيسية في عملية الاتصال	٥٢
٤- عناصر الإتصال الجماهيري	٧٧
٥- التشويش في عملية الإتصال	٧٨
٦- زيادة السكان وعدم كفاية الموارد	٩٠
٧- أهم النماذج عن تأثير الاتصال الجماهيري على الجمهور	
الملتقى خلال الخمسين سنة الأخيرة .	٩٩
٨- نظام البحث والاستفادة من نتائجها	١١٥
٩- عمليات نظام البحث والاستفادة من نتائجها والعمليات	
الانتاجية في مصنع للسيارات .	١١٨

 Bibliotheca Alexandrina



0489822